

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

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

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

ENDEREÇO: \_\_\_\_\_

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

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

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

**MODALIDADE:** Concorrência Pública nº 007/2018. RETIFICADO.

**PROCESSO Nº:** 984/2018.

**OBJETO:** Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de publicidade e propaganda, para atender a municipalidade.

Obtivemos, através do acesso [www.aracruz.es.gov.br](http://www.aracruz.es.gov.br), nesta data, cópia do instrumento convocatório da licitação acima identificada.

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 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 telefone 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 2019.

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

RG nº: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**ASSINATURA**

**EDITAL RETIFICADO**  
**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 007/2018**  
**PROCESSO Nº 984/2018**

**O MUNICÍPIO DE ARACRUZ**, Estado do Espírito Santo, através da Comissão Permanente de Licitação, designada pela Portaria nº 15.567, de 21/12

/2018, torna público, para conhecimento dos interessados, que de acordo com as disposições das Leis Federais nº.s 12.232/2010, 4.680/65 e 8.666/93, atualizada pelas Leis Federais nº.s 8.883/94 e 9.648/98 e alterações posteriores, fará realizar 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, para atender a municipalidade**, conforme Requisição de Serviços nº 799/2018 da Secretaria Municipal de Comunicação, constante do Processo Administrativo nº 984/2018.

As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação em 05 (cinco) invólucros distintos, conforme disposto neste Edital.

**Local/horário/dia para entrega dos envelopes "A", "B", "C", "D":** Os envelopes citados, contendo as propostas técnica e preço, deverão ser protocolizados no Setor de Protocolo Geral da Prefeitura Municipal de Aracruz, sito à Rua Padre Luiz Parenzi, nº 710, Aracruz-ES (antigo Fórum), **até às 18 horas do dia 01 de julho de 2019, iniciando-se a abertura dos envelopes às 12:30 horas do dia 02 de julho de 2019**, na sala da Comissão Permanente de Licitação, sito à Av. Morobá, nº 20, Bairro Morobá, Aracruz – ES. (Ressaltamos que o horário de funcionamento do Protocolo Geral é de 12 às 18 horas)

**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 com data e hora estabelecidas previamente, conforme disposto no item 8.

A licitante poderá adquirir o Edital junto ao site da Prefeitura Municipal de Aracruz ([www.pma.es.gov.br](http://www.pma.es.gov.br) - Licitações) ou junto à Comissão Permanente de Licitação, na Av. Morobá, nº 20, Bairro Morobá – Aracruz/ES, no horário de 12:00 às 17:00 horas, de segunda à sexta-feira.

## **01. DO OBJETO E DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS**

1.1. A presente Concorrência Pública tem por objeto a **contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de serviços de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação**, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e a direito à informação do público em geral.

1.1.1. Também integram o objeto como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) Ao 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 nas quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei nº 12.232/10;

b) À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

c) À criação e no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.1.2. A agência atuará por ordem e conta do Município de Aracruz, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/65, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.1.1 e de veículos e demais meios de divulgação, para transmissão de mensagens publicitárias.

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 Anexo I (Briefing) e demais anexos que integram este Edital.

## **02. DO VALOR ESTIMADO E DAS FONTES DE RECURSOS FINANCEIROS**

2.1. O valor total estimado para a execução dos serviços acima mencionados é de **R\$ 1.300.000,00 (um milhão e trezentos mil reais)**.

2.2. A estimativa orçamentária supra descrita constitui mera previsão dimensionada com a demanda atualmente existente, reservado a Contratante o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual, não cabendo a Contratada o direito de pleitear qualquer tipo de reparação.

2.3. No interesse da Contratante, a Contratada ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto nos §§ 1º e 2º do art. 65 da Lei nº 8.666/1993.

2.4. As despesas decorrentes da presente licitação correrão à conta da seguinte dotação orçamentária(s):

**Dotação Orçamentária – Orçamento 2019.**

Órgão: 020 – Secretaria De Comunicação

Unidade Orçamentária: 001 – Secretaria De Comunicação

Dotação: 1124

Classificação Funcional: 24.131.0042.2.0125

Elemento: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços Terceiros de Pessoa Jurídica

Recursos do Tesouro: 1.000.0000

2.5. Poderão ser incluídas dotações orçamentárias de outras secretarias de acordo com a necessidade da administração.

## **03. DAS CONDIÇÕES GERAIS DE PARTICIPAÇÃO**

3.1. Poderá participar da presente licitação toda e qualquer empresa cadastrada ou não no Município de Aracruz, cujo objeto social seja compatível com o objeto do certame e que comprove possuir os requisitos mínimos de qualificação exigidos no edital para execução de seu objeto.

**3.1.1 - 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 à reabilitação;
- c) Entre seus dirigentes, gerentes, sócios, responsáveis e técnicos, haja alguém que mantenha vínculo empregatício com o Município de Aracruz;
- d) Que estejam sob processo de concordata, recuperação judicial ou extrajudicial, ou falência, salvo aquelas empresas que demonstrarem que a recuperação judicial ou extrajudicial já foi concedida ou homologada, respectivamente, na forma prevista na Lei 11.101/2005, desde que tenham capacidade econômica financeira;
- 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.

3.1.2. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Secretaria Municipal de Comunicação o envelope padronizado previsto no subitem 5.2 e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital; e a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

3.1.3. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, não sendo a Contratante, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

#### **04. DO CREDENCIAMENTO**

4.1. No horário e local indicados no preâmbulo deste Edital será aberta a Sessão de processamento desta Concorrência Pública, iniciando-se com o credenciamento dos interessados em participar do certame.

4.2. 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, modelo constante no **Anexo VII**, acompanhada do ato constitutivo, com o propósito de aferir a legitimidade do credenciamento.

4.2.1. 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 de fé pública com foto.

4.3. Os documentos exigidos para fins de credenciamento deverão ser apresentados fora dos envelopes que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

4.3.1. Caso estes documentos estejam equivocadamente inseridos em algum dos envelopes lacrados, a Comissão de Licitações devolverá os envelopes em sessão pública ao representante, para que o mesmo retire de dentro os respectivos documentos, procedendo ao novo lacramento em seguida, diante dos presentes.

4.4. 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.

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

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

4.7. O credenciamento do licitante ou de seu representante legal implica na responsabilidade legal pelos atos praticados e a presunção de capacidade plena para a realização das transações inerentes ao presente processo licitatório.

4.8. Nenhuma pessoa, ainda que munida de mais de uma “carta de credenciamento”, poderá representar mais de uma empresa no certame, sob pena de exclusão sumária de ambas as licitantes representadas.

4.9. A ausência do representante ou credenciado, ou a não apresentação ou ainda a incorreção do documento de credenciamento para participar da sessão de abertura dos envelopes, não acarretará na inabilitação ou desclassificação da empresa licitante, porém o enviado não possuirá direito de registrar qualquer apontamento em ata.

## **05. APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES**

5.1. 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 007/2018**

### **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 007/2018**

**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 007/2018**

**ENVELOPE D – PROPOSTA DE PREÇOS**

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACRUZ

SECRETARIA MUNICIPAL DE SUPRIMENTOS

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

RAZÃO SOCIAL: \_\_\_\_\_

REPRESENTANTE LEGAL: \_\_\_\_\_

**CONCORRÊNCIA Nº 007/2018**

**ENVELOPE E – HABILITAÇÃO**

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACRUZ

SECRETARIA MUNICIPAL DE SUPRIMENTOS

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

RAZÃO SOCIAL: \_\_\_\_\_

REPRESENTANTE LEGAL: \_\_\_\_\_

**CONCORRÊNCIA Nº 007/2018**

5.2. 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.

5.2.1. A licitante, através dos seus representantes legais devidamente credenciados, **deverá** retirar o invólucro padronizado destinado à apresentação da via não identificada do **plano de Comunicação Publicitária (envelope A)** junto à Secretaria Municipal de Comunicação, sito na Av. Avenida Morobá, nº 20, bairro Morobá, Aracruz/ES, telefone (027) 3270-7070, no horário de



12:00h às 18:00h, **até a data limite para protocolo dos envelopes**, conforme disposto no preâmbulo deste edital, mediante assinatura de comprovante de retirada do envelope.

5.2.2. O invólucro do **Envelope A – PROPOSTA TÉCNICA**, reservado à **via não identificada** do Plano de Comunicação Publicitária, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria, não poderá:

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

5.3. O **Envelope B – PROPOSTA TÉCNICA**, reservado à **via identificada** da Proposta Técnica, deverá ser providenciado pelo próprio licitante, devendo ser opaco, lacrado e identificado conforme definido no item 5. deste Edital, e terá material de mesmo teor da via não identificada – **Envelope A**, sem os exemplos de peças referentes à “Idéia Criativa.

5.4. Os envelopes **C – PROPOSTA TÉCNICA - Conjunto de Informações do Proponente** e **D - PROPOSTA DE PREÇOS** deverão ser providenciados pelo próprio licitante, devendo ser opacos, lacrados e identificados conforme definido no item 5.1 deste Edital, e poderão adotar formato a critério da empresa participante.

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

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

5.8. 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.

## **06. DA PROPOSTA TÉCNICA**

6.1. 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, conforme estabelecido no art. 9º, § 2º da Lei 12.232/10.

6.2. O conteúdo da via não identificada (**Envelope A**) e da via identificada (**Envelope B**) do Plano de Comunicação Publicitária, deverá ser apresentado seguindo formatação padrão, a saber:

- a) 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.
- 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).

6.3. 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 idéia criativa**.

6.4. 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 I**, contendo Plano de Comunicação Publicitária.

6.5. O **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA** 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 o Município de Aracruz/ES – Poder Executivo Municipal, 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 do Município de Aracruz/ES – Poder Executivo Municipal, 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 “layouts”, “storyboards”, etc. Roteiros para materiais em vídeo poderão ser ilustrados/exemplificados exclusivamente por meio de storyboards.

c.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/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.

c.2) Qualquer peça de mídia eletrônica 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 – MÍDIA ELETRÔNICA**

#### **CONCORRÊNCIA Nº 007/2018**

c.3) O mesmo texto deverá ser impresso em etiqueta branca, redonda com orifício central, afixada sobre o CD/DVD.

c.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.

d) **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 Ideia 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.

D. Tabelas de simulação de plano de distribuição das peças serão consideradas como **anexo único**, formatados com bordas na cor preta, fio 1 pt, 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.

E. 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.

6.6. O **CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE** versará sobre os seguintes quesitos, a serem apresentados na ordem abaixo determinada:

a) **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.

a.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.

a.1) 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. No mínimo 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.

b) **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.

- b.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.
- b.2) Não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos, condenados pela Legislação da Propaganda, nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.
- c) **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.
- d) 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.
- e) 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 2015 até a data da entrega dos envelopes "A", "B", "C" e "D", constante no preâmbulo deste edital.
- f) 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**.

## **07. DA PROPOSTA DE PREÇOS**

7.1. A Proposta de Preços, **envelope D**, deverá ser apresentada conforme modelo constante do **Anexo VI**, redigida em língua portuguesa, sem emendas, entrelinhas, rasuras ou ressalvas, em papel timbrado da licitante contendo a razão social da empresa, endereço, telefone, fax, e-mail e nome do representante legal, data e assinatura do representante legal, com todas as suas folhas numeradas e rubricadas, impressa por qualquer meio de edição eletrônica de textos.

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

7.3. Deverá indicar prazo de validade não inferior a 60 (sessenta) dias, contados da data marcada para o seu recebimento, ficando estabelecido que, na omissão, será considerado esse prazo.

7.4. Os quesitos a serem valorados pelas licitantes serão os seguintes:

a) Percentual de **desconto 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, não superior a 50% (cinquenta por cento);

b) Percentual de **honorários incidente sobre custos dos serviços de terceiros e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados, quando não geram veiculação**, igual ou inferior a 15 % (quinze por cento);

c) Percentual de **honorários incidente sobre os custos dos serviços de terceiros e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados, quando geram veiculação**, igual ou inferior a 15 % (quinze por cento).

7.5. 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.

## **08. DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO**

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

**8.2. Os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas.**

8.3. Os documentos relativos à habilitação deverão ser apresentados em uma só via, em original ou cópia reprográfica autenticada por Tabelião de Notas ou por Servidor da Administração, ou publicação em órgão da imprensa oficial, devidamente numerados e rubricados por seu representante legal, na ordem seguinte:

**8.3.1. Habilitação Jurídica**

- a) Registro Comercial, no caso de empresa individual;
- b) 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;
- c) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício;
- d) 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;
- e) Documento Oficial de Identificação com foto dos proprietários, sócios ou gerentes, diretores e procuradores, conforme o caso;
- f) Declaração de Inexistência de fato superveniente impeditivo à participação na licitação, em papel timbrado da empresa, assinada por seu representante legal;



g) 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.

### **8.3.2. 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 ou Municipal (com situação ativa), relativo ao domicílio ou sede da proponente, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto do certame.

c) 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;

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

d.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;

e) Certidão Negativa de Débito ou Declaração de Não Contribuinte para com a **Fazenda Estadual** da sede da licitante e da sua filial no Estado do Espírito Santo, quando houver, com validade na data da entrega dos envelopes;

f) Certidão de Regularidade com a **Fazenda Pública do Município sede da empresa**, com validade na data da entrega dos envelopes;

g) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas - **CNDT**, fornecida no site eletrônico do Tribunal Superior do Trabalho - TST, em atendimento a Lei 12.440/2011 e a Resolução Administrativa do TST nº 1470/2011.

### **8.3.3. Qualificação Técnica**

a) Certificado de Qualificação Técnica atestando que o licitante tem qualificação técnica de funcionamento, concedido pelo COENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme § 1º, Art.4º da Lei nº 12.232/2010.

### **8.3.4. Qualificação Financeira**

a) Certidão negativa de falência, expedida pelo cartório distribuidor da sede da licitante ou Certidão de Recuperação Judicial, em conformidade com o ACORDÃO TC 001/2013, desde que atenda as condições abaixo:

a.1) Cumprimento de todos os demais requisitos de habilitação constantes neste Edital;

a.2) Sentença homologatória do plano de recuperação judicial.

Obs.1) Não constando no documento o prazo de validade, será considerada emitida até 60 (sessenta) dias imediatamente anteriores à data de sua apresentação;

b) 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, que comprovem a boa situação financeira da licitante;

b.1) O Balanço das licitantes constituídas sob a forma de Sociedade por Ações deverá ser apresentado em publicação no Diário Oficial;

b.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;

b.3) As 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 alínea b.2;

c) Comprovação de boa situação financeira da empresa licitante será baseada na obtenção de índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), maiores ou iguais a um ( $\geq 1,0$ ), resultantes da aplicação das seguintes fórmulas:

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

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

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

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

#### 8.4. OBSERVAÇÕES:

a) O Demonstrativo da Capacidade Financeira **deverá** ser preenchido pela licitante, sob pena de inabilitação e assinado pelo **representante legal e o responsável pela contabilidade** da licitante, competindo a CPL proceder à conferência dos elementos dele constantes.

b) A documentação poderá ser autenticada por membro da Comissão Permanente de Licitação até a data de protocolo dos envelopes.

- 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 das provas de regularidade acima mencionados, não serão aceitos quaisquer protocolos ou “solicitação de documento” em substituição aos documentos requeridos neste Edital;
- 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, a licitante que apresentar documentos em desacordo com as informações obtidas pela Comissão Permanente de Licitação, além de incorrer nas sanções previstas neste edital;
- e.1) A PROPONENTE é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação. A falsidade de qualquer documento apresentado ou a inverdade das informações nele contidas implicará a imediata inabilitação da licitante que o tiver apresentado.
- f) A aceitação dos dados via "internet", conforme o caso, ficará condicionada à confirmação de sua validade pela Comissão Permanente de Licitação;
- g) Toda a documentação de Habilitação deverá ser entregue na ordem sequencial indicada acima, numerada e visada pelo proponente. Tal medida visa salvaguardar os interesses dos participantes no aspecto de segurança e transparência do procedimento licitatório.
- h) A licitante que não apresentar quaisquer dos documentos mencionados no item 8.3 e seus subitens, ou que deixe de entregar o envelope no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim, será **INABILITADA**.

## **09. DOS CRITÉRIOS E DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

9.1. As propostas técnicas serão julgadas tendo por base os conteúdos exigidos no item 06 do edital, devendo constar todos os documentos indicados.

9.2. 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.

9.3. 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:

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

<u>Plano de Comunicação Publicitária</u> Quesito: Raciocínio Básico		Máximo de pontos
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 do Município de Aracruz/ES – Poder Executivo Municipal	3 pontos
C	Acuidade da compreensão do papel do Município de Aracruz/ES – Poder Executivo Municipal no atual contexto social, político e econômico.	2 pontos
D	Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Aracruz/ES – Poder Executivo Municipal com seus públicos.	2 pontos
Pontuação máxima		10 pontos

<u>Plano de Comunicação Publicitária</u> Quesito: Estratégia de Comunicação Publicitária		Máximo de pontos
A	Adequação do conceito à natureza e qualificação da Prefeitura de Aracruz e a sua comunicação e/ou seus problemas específicos 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

<u>Plano de Comunicação Publicitária</u> Quesito: Ideia Criativa		Máximo de pontos
A	Adequação ao problema específico de comunicação do Município de Aracruz/ES – Poder Executivo Municipal	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 do Município de Aracruz/ES – Poder Executivo Municipal 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

<u>Plano de Comunicação Publicitária</u> Quesito: Estratégia de Mídia		Máximo de pontos _____
A	Conhecimentos dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de públicos 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	3 pontos
Pontuação máxima		15 pontos

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

<u>Conjunto de Informações do Proponente</u> Quesito: Capacidade de atendimento		Máximo de pontos
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 do Município de Aracruz/ES – Poder Executivo Municipal, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	3 pontos
E	Operacionalidade do relacionamento entre o Município de Aracruz/ES – Poder Executivo Municipal e o proponente	3 pontos
Pontuação máxima		15 pontos

<u>Conjunto de Informações do Proponente</u> Quesito: Repertório		Máximo de pontos
A	Pertinência e afinidade do repertório	4 pontos

	apresentado à necessidade e perfil de comunicação do Município de Aracruz/ES – Poder Executivo Municipal	
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

9.3.3. A cada um dos subquesitos do Plano de Comunicação Publicitária e do Conjunto de Informações do Proponente serão atribuídos os pontos ali definidos, pela capacidade de atender ao exigido e pela razão de critério e peso 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

9.4. 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 II** deste Edital e atribuindo notas aos quesitos conforme Tabela de Pontuação dos Itens Plano de Comunicação Publicitária **Anexo IV** deste Edital.

9.5. 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.



9.6. 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;

9.7. A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão Técnica para o quesito.

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

9.9. 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.

9.10. 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 II** deste Edital e atribuindo notas aos quesitos conforme Tabela de Pontuação dos Itens - Conjunto de Informações do Proponente **Anexo IV** deste Edital.

9.11. 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.

9.12. 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.

9.12.1. 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.

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

9.13.1. Otiver a maior nota no quesito Ideia Criativa;

9.13.2. Obtiver a maior nota no quesito Estratégia de Mídia;

9.13.3. Obtiver a maior nota no quesito Estratégia de Comunicação Publicitária;

9.13.4. Obtiver a maior nota no quesito Raciocínio Básico.

9.14. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, com fulcro no § 2º do art. 45, da Lei 8.666/93.

9.15. Será desclassificada a Proposta que:

9.15.1. Não atender às exigências do presente Edital e de seus Anexos;

9.15.2. Não alcançar, no resultado geral, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;

9.15.3. Obtiver nota 0 (zero) em quaisquer dos quesitos a que se refere este capítulo.

9.16. 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.

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

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

10.1. Os **envelopes “D” - PROPOSTA DE PREÇOS**, recebidos no local, horário, dia e demais termos deste edital, serão mantidos fechados sob a guarda da Comissão de Licitação, que os rubricará, juntamente com os representantes credenciados dos licitantes.

10.2. 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.**

<b>Descontos/Honorários</b>	<b>Pontos (P)</b>
<b>Desconto</b> 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.	$P1 = 40 \times$ desconto percentual _____ Maior desconto Percentual
<b>Honorário</b> em percentual incidente sobre custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados, quando <b>não geram veiculação</b> .	$P2 = 35 \times$ honorário em percentual _____ Menor honorário em percentual
<b>Honorário</b> em percentual incidente sobre os custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados, quando <b>geram veiculação</b> .	$P3 = 35 \times$ honorário em percentual _____ Menor Honorário em percentual

10.3. Para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos desconto, honorários e repasse serão substituídos nas fórmulas da coluna PONTOS pelas respectivas percentagens que constarem de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo “%”.

10.4. As notas serão calculadas com, no máximo, duas casas decimais, sem arredondamento.

10.5. Serão desclassificadas às licitantes que não atenderem às exigências do ato convocatório.

10.6. Não será considerado como critério de classificação e nem de desempate das propostas qualquer oferta de vantagem não prevista no edital.

10.7. A Comissão Permanente de Licitação analisará os Documentos de Habilitação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços e que atenderem ao disposto no item 08 e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital.

10.8. O julgamento final desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993, para o tipo Melhor Técnica.

10.9. Será vencedora do julgamento final da concorrência a licitante que tenha sido mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica, que tenha apresentado a Proposta de menor preço, nos termos do item 07, e tenha sido habilitada, observadas as disposições do item 08 deste Edital.

10.10. Se a licitante mais bem classificada no julgamento das Propostas Técnicas não tiver apresentado a Proposta de menor preço, a Comissão Especial de Licitação abrirá com ela a negociação das condições, prevista no inciso II, § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666/93, tomando-se por base, no máximo, o menor preço apresentado entre as licitantes classificadas no julgamento técnico.

10.10.1. No caso de impasse na negociação será adotado, sucessivamente, procedimento idêntico com as demais licitantes, pela ordem de classificação, até a consecução de acordo para a contratação, observada a mesma previsão legal.

10.11. A licitante que não concordar em praticar a Proposta de menor preço perderá o direito à contratação, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

## **11. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS**

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

11.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 04 deste Edital.

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

11.1.3. O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços, a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes e o julgamento final da concorrência serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.

11.1.4. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica e de Preços ou adjudicação do objeto da licitação à vencedora.

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

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

## **11.2. Primeira Sessão**

11.2.1. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos neste edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 04 deste Edital;
- b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital.

11.2.2. O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, só será recebido pela Comissão Especial de Licitação se:

- a) não estiver identificado;

b) não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2;

c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.2.3. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 11.2.2, a Comissão Permanente de Licitação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

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

a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;

b) retirar e rubricar o conteúdo do Invólucro nº 1;

c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;

e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão.

11.2.4.1. A Comissão Permanente de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 11.2.4, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

11.2.4.1.1. Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão Permanente de Licitação.

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

11.2.5. A Comissão Permanente de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 11.2.4 acima.

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

11.2.7. Após análise e rubrica do conteúdo dos Invólucros nº 1 e nº 3 pela Comissão Permanente de Licitação e licitantes credenciados, a sessão será suspensa e serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

- a) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, acompanhados dos questionamentos das licitantes relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 1;
- d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3 das licitantes;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Permanente de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 3.

11.2.8. As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 11.2.7 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesto do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e as pontuações, de cada membro, para cada licitante.

### **11.3. Segunda Sessão**

11.3.1. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, através de publicação nos meios legais, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes;
- b) abrir os Invólucros nº 2;
- c) cotejar os documentos constantes dos Invólucros nº 2 das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros nº 1, para identificação de autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado final do julgamento das Propostas Técnicas;
- f) executar o sorteio previsto no subitem 9.14, se for o caso;



g) informar que o resultado final do julgamento das Propostas Técnicas será publicado nos meios legais, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso.

11.3.2. Além das demais atribuições, previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, a partir de solicitação da Comissão Permanente de Licitação.

#### **11.4. Terceira Sessão**

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

- a) identificar os representantes das licitantes presentes;
- b) abrir os Invólucros nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) identificar a Proposta de menor preço, nos termos do item 10 e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f) efetuar com a licitante mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica, caso não tenha apresentado a Proposta de menor preço, a negociação prevista no inciso II do § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666/1993, nos termos da Proposta de menor preço, entre as licitantes classificadas;
- g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea

precedente, sucessivamente com as demais licitantes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo para a contratação;

h) declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto no item 10, a licitante que:

h1) tenha sido mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica e tenha apresentado a Proposta de menor preço; ou

h2) tenha sido mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica e tenha concordado em praticar a Proposta de menor preço, entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;

i) informar que o resultado do julgamento das Propostas de Preços será publicado nos meios legais, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso.

#### **11.5. Quarta Sessão**

11.5.1. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes;
- b) receber e abrir os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes;
- c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;

e) suspender a sessão para análise das documentações apresentadas pela Comissão Permanente de Licitações e informar que será publicado nos meios legais, com a indicação das licitantes habilitadas e inhabilitadas, abrindo-se prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea 'a' do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666/1993;

f) informar que será publicado o nome da licitante vencedora desta concorrência.

11.6. Das sessões de verificação de documentação e de propostas serão lavradas atas circunstanciadas, que mencionarão todas as propostas, com a transcrição dos respectivos preços totais, registradas as reclamações e impugnações feitas e as demais ocorrências que interessarem ao julgamento da licitação. As atas serão assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e, facultativamente, pelos representantes das proponentes.

## **12. DA IMPUGNAÇÃO AO ATO CONVOCATÓRIO E DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

12.1. Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar edital de licitação por irregularidade na aplicação desta Lei, devendo protocolar o pedido até 5 (cinco) dias úteis antes da data fixada para a abertura dos envelopes de habilitação, devendo a Administração julgar e responder à impugnação em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 1º do art.113 (art. 41, § 1º da Lei nº 8.666/93).

12.2. Decairá do direito de impugnar os termos do edital de licitação perante a administração o licitante que não o fizer até o segundo dia útil que anteceder a abertura dos envelopes de habilitação.

### **12.3. As impugnações formuladas por licitantes deverão observar os seguintes critérios:**

- a) Serem dirigidos à Comissão Permanente de Licitação, impressos e devidamente fundamentados e se for o caso, acompanhado de documentação pertinente;
- b) Serem devidamente instruídos com o Contrato Social e a qualificação da empresa recorrente e de seu representante legal;
- c) Serem assinados por representantes legais da licitante ou procurador com poderes específicos, hipótese em que deverá ser anexado o instrumento procuratório;

d) 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.

12.4. 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.

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

12.5.1. Habilitação ou inabilitação da licitante;

12.5.2. Julgamento das Propostas;

12.5.3. Anulação ou Revogação da Licitação;

12.5.4. Indeferimento do pedido de inscrição em registro cadastral, sua alteração ou cancelamento;

12.5.5. Rescisão do contrato, a que se refere inciso I do artigo 79, da Lei 8.666/93;

12.5.6. Aplicação das penas de advertência, suspensão temporária ou de multa.

12.6. 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.

12.7. 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.

12.8. O recurso previsto nos **itens 12.5.1 e 12.5.2** terá efeito suspensivo, podendo a autoridade competente, motivadamente e presentes razões de interesse público, atribuir ao recurso interposto, eficácia suspensiva aos demais recursos.

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

**12.10. Os recursos deverão observar os seguintes critérios:**

- a) Serem dirigidos à Comissão Permanente de Licitação, impressos e devidamente fundamentados e se for o caso, acompanhado de documentação pertinente;
- b) Serem devidamente instruídos com o Contrato Social e a qualificação da empresa recorrente e de seu representante legal;
- c) Serem assinados por representantes legais da licitante ou procurador com poderes específicos, hipótese em que deverá ser anexado o instrumento procuratório;
- d) 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.

12.11. Havendo interesse em cópias do processo, o licitante deverá proceder à solicitação por escrito e protocolizar junto ao protocolo da Prefeitura Municipal de Aracruz, sito na Rua Padre Luiz Parenzi, n.º 710 - Centro - Sede, Aracruz – ES.

12.13. A Comissão Permanente de Licitação 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.

12.14. Decairá o direito de impugnar os termos do presente Edital perante a Administração, a 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.

12.15. 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.

### **13. DOS PRAZOS, DA GARANTIA E DOS REAJUSTES**

13.1. O prazo 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.

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

13.2. No recebimento da Ordem de Serviço, a CONTRATADA deverá apresentar o comprovante de caução de garantia de execução, no percentual de **5% (cinco por cento)** sobre o valor contratual, podendo optar por uma das modalidades:

- a) Títulos da dívida pública, devendo este ter sido emitido sob a 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 (em conformidade com a Lei nº 11.079 de 30/12/04);
- b) Seguro garantia;
- c) Fiança Bancária (caput e § 1º do art. 56 da Lei 8.666/93).

13.2.1. Ocorrendo aumento no valor contratual por acréscimo de serviços, de acordo com a Lei, a CONTRATADA deverá proceder ao reforço da garantia inicial no mesmo percentual estabelecido.

13.2.2. A garantia prestada pela CONTRATADA será liberada ou restituída após a emissão do Termo de Recebimento Definitivo.

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

### **14. FISCALIZAÇÃO**

14.1. O acompanhamento e a fiscalização da execução dos serviços será feita por Servidor a ser designado pela Secretaria Municipal de Comunicação, de forma a fazer cumprir, rigorosamente, as condições do presente Edital, da proposta e das disposições do contrato, sendo o responsável por atestar as notas fiscais relativas à execução dos serviços.

14.2. Fica a Contratada obrigada a permitir e facilitar, a qualquer tempo, a fiscalização dos serviços objeto do presente Edital, facultando o livre acesso ao seu escritório, bem como a todos os registros e documentos pertinentes com o negócio ora contratado.

14.3. A fiscalização verificará o cumprimento das especificações e aplicações, bem como a quantidade, qualidade e aceitabilidade dos serviços, em cumprimento ao que dispõem o artigo 63 da Lei 4.320/1964 e o artigo 55, parágrafo terceiro da Lei 8.666/1993, para comprovar a execução dos serviços, inclusive com:

14.3.1. Controle das inserções de veiculações;

14.3.2. Exigência de comprovação da execução de serviços subcontratados;

14.3.3. Verificação da validade das três propostas apresentadas como condição de subcontratação de serviços;

14.3.4. Verificação da adequação dos preços subcontratados em relação aos de mercado;

14.3.5. Cumprimento de cláusulas contratuais relativas aos percentuais devidos às agências e às condições da subcontratação;

14.3.6. As minutas dos contratos contenham cláusulas que:

14.3.6.1. Exijam das agências de publicidade contratadas a realização de negociações com veículos de comunicação e com fornecedores, com vistas à obtenção de descontos e bônus em função do volume de recursos despendido, prevendo a obrigatoriedade de participação de representante da Administração Pública nessas negociações;

14.3.6.2. Vendem a subcontratação de serviços afetos à criação/concepção das ações de publicidade.

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 5 (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. A fiscalização poderá contar com o apoio técnico de empresa(s) contratada(s) pela PMA/SECOM para auxiliar no processo de fiscalização da referida obra.

## **15. DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO E DO REAJUSTAMENTO**

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 Rua Padre Luiz Parenzi, nº 716-Centro – Aracruz – ES, encaminhado 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 e da lei 8.666/93.

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

15.3. 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:

15.3.1. Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança emitidos em nome da Prefeitura de Aracruz, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação conforme item 15.1;

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

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



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

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

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

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

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

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

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

15.7. A qualquer tempo a Licitante vencedora poderá solicitar o reequilíbrio econômico-financeiro do contrato, desde que demonstre analítica e justificadamente a variação de todos os componentes dos custos, que deram origem ao desequilíbrio contratual, em consonância com o artigo 65, inciso II, alínea d, da Lei 8.666/93.

15.8. 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.

15.9. 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.

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

## **16. DESCONTO DE AGÊNCIA**

16.1. Além da remuneração prevista neste Edital, 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.

## **17. DIREITOS AUTORAIS**

17.1. Os direitos patrimoniais do autor das ideias, campanhas, peças e materiais publicitários concebidos pela CONTRATADA, por meio de seus empregados ou prepostos, em decorrência desta contratação passam a ser integralmente da CONTRATANTE, bem como os estudos, análises e planos vinculados a essas atividades.

17.1.1. O valor dessa cessão é considerado incluso nas modalidades de remuneração definidas neste Edital.

17.1.2. 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.

17.1.3. 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.

17.1.4. 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.

17.1.5. 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:

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

b) estabeleçam que 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.

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

17.1.7. 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.

17.1.8. A critério da CONTRATANTE poderá esta aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos, dentre eles Governos Estadual e Federal. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos das peças.

## **18. DA SUBCONTRATAÇÃO E CONTRATAÇÃO DE TERCEIROS**

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

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

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

18.2.2. 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).

18.2.3. 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.

## **19. OBRIGAÇÕES DAS PARTES**

### **19.1. Obrigações da Contratada:**

19.1.1. 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 Município de Aracruz/ES – Poder Executivo Municipal;

19.1.2. Centralizar na Secretaria Municipal de Comunicação (SECOM) a gestão da publicidade do Município de Aracruz/ES – Poder Executivo Municipal, submetendo todo material a ser produzido pela CONTRATADA à análise prévia da SECOM;

19.1.3. 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;

19.1.4. 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 o Município de Aracruz/ES – Poder Executivo Municipal;

19.1.5. 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;

19.1.6. 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;

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

19.1.8. Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, 03(três) propostas, com indicação da mais adequada para sua execução;

19.1.8.1. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) propostas, a agência deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito;

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

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

19.1.11. 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;

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

19.1.13. 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;

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

19.1.15. Prestar esclarecimentos à SECOM sobre eventuais atos ou fatos noticiados que envolvem a agência independentemente de solicitação;

19.1.16. Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas no certame;

19.1.17. 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;

19.1.18. Cumprir a legislação trabalhista com relação a seus funcionários em quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados;

19.1.19. 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;

19.1.20. 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;

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

19.1.22. Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e ao Município de Aracruz/ES – Poder Executivo Municipal;

19.1.22.1. Em casos de contratação de terceiros pela execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste instrumento, exigir dos eventuais contratos, no que couber, as mesmas condições do presente contrato;

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

19.1.24. 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;

19.1.25. 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 o Município de Aracruz/ES – Poder Executivo Municipal;

19.1.26. 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 da lei, relacionadas com o cumprimento do contrato a ser firmado após esta concorrência;

19.1.27. 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;

19.1.28. 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 da concorrência;

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

19.1.30. 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;

19.1.31. 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.

19.1.32. 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 que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

## **19.2. Obrigações do Contratante:**

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

19.2.2. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a agência e efetuar os pagamentos conforme previsto neste Edital;

19.2.3. 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 01(hum) dia útil;

19.2.4. Atestar e receber os serviços efetivamente executados, de acordo com as cláusulas deste documento.

## **20. ADJUDICAÇÃO E CONTRATAÇÃO**

20.1. Após a homologação do resultado da licitação pelo Município de Aracruz, a adjudicação do 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.

20.2. A empresa vencedora será convocada pelo Município de Aracruz, por escrito, para assinatura do respectivo contrato no prazo de **08 (oito) dias úteis**, 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 8.666/93, consolidada.

## **21. MULTAS E PENALIDADES**

21.1. A recusa da CONTRATADA em assinar o contrato dentro do prazo estabelecido no subitem 20.2, caracteriza o descumprimento total das obrigações assumidas, sujeitando-se as penalidades previstas no item 21.3, letras “a”, “b” e “e”.



21.2. O atraso injustificado no cumprimento das cláusulas contratuais sujeitará a CONTRATADA à multa de mora, fixada neste Edital e no Contrato. A multa poderá ser descontada dos pagamentos ou cobrada judicialmente, quando for o caso.

21.3. Pela inexecução total ou parcial do contrato o CONTRATANTE poderá aplicar as seguintes sanções, garantida prévia defesa.

- a) Advertência por escrito;
- b) Multa de mora de até 0,3% (zero vírgula três por cento) por dia útil de atraso sobre o valor do contrato, até o período máximo de 30 (trinta) dias, se a obra não for iniciada na data prevista ou concluída nas diversas fases fixadas, sem justificativa aprovada pelo CONTRATANTE;
- c) Multa cominatória de até 10% (dez) por cento sobre o valor total do contrato, depois de esgotado o prazo fixado no subitem anterior;
- d) Suspensão temporária de participar em licitação, ou impedimento de contratar com a Administração por prazo não superior a 2 (dois) anos;
- e) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

21.4. As sanções previstas no subitem 21.3 poderão cumular-se e não excluem a possibilidade de rescisão administrativa do contrato, garantida a defesa prévia, no prazo de 05 (cinco) dias úteis nos casos das letras “a”, “b”, “c” e “d” e 10 (dez) dias corridos para a letra “e”, a partir do recebimento da mesma.

21.5. As sanções previstas no subitem 21.3 letras “d” e “e”, poderão também ser aplicadas às empresas ou profissionais que, em outras contratações com a Administração Pública de qualquer nível federativo, ou com autarquias, fundações, empresas públicas ou de sociedade de economia mista:

- a) Tenham praticado atos ilícitos, visando frustrar os objetivos da licitação;

b) Tenham demonstrado não possuir idoneidade para contratar com a Administração, em virtude de outros atos ilícitos praticados.

21.6. As multas previstas nesta cláusula deverão ser recolhidas ao Município dentro do prazo de 48 (quarenta e oito) horas, contados da data da notificação para esse fim.

21.7. As multas aqui referidas serão aplicadas após regular processo administrativo e serão exigíveis desde a data do ato, fato ou omissão que lhes tiver dado causa, podendo ser descontadas de créditos relativos ao contrato ou cobradas judicialmente.

## **22. RESCISÃO**

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

## **23. ALTERAÇÕES**

23.1. O CONTRATANTE poderá acrescer ou diminuir o volume de serviços, em conformidade com os §§ 1º e 2º do art. 65 da Lei 8.666/1993, bem como acrescer o prazo decorrente de alterações do projeto, inclusão ou exclusão de serviços.

## **24. ANEXOS**

24.1. Integram o presente Edital, independentemente de transcrição, os seguintes anexos:

**Anexo I** - “Briefing”;

**Anexo II** - Tabela Checagem De Itens – Plano De Comunicação Publicitária;

**Anexo III** - Tabela Checagem De Itens – Conjunto De Informações Do Proponente;

**Anexo IV** - Tabela de Pontuação dos Itens – Plano de Comunicação Publicitária;

**Anexo V** - Tabela de Pontuação Dos Itens – Conjunto de Informações Do Proponente;

**Anexo VI** - Carta Resumo da Proposta de Preços – Modelo;

**Anexo VII** - Carta credencial do(s) representante(s) na licitação – 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.

## **25. DISPOSIÇÕES GERAIS**

25.1. É facultada à Comissão Permanente de Licitação, em qualquer fase da licitação, promover diligência destinada a esclarecer ou a completar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documentação ou informações que deveriam constar originalmente da proposta.

25.2. Compete à licitante fazer um minucioso exame do Edital, projetos, planilhas, pois quaisquer esclarecimentos, dúvidas, modificações ou contestações, quanto às disposições deste Edital, deverão ser formuladas por escrito, em até 05 (cinco) dias úteis antes da data de encerramento do recebimento dos envelopes de documentação e proposta.

25.23. Não serão levadas em consideração pelo Município de Aracruz, tanto na fase de habilitação e classificação, como na fase posterior à adjudicação dos serviços, quaisquer consultas, pleitos, reclamações ou impugnações que não tenham sido formuladas por escrito e devidamente protocoladas, ou transcritas em ata. Em hipótese alguma serão aceitos entendimentos verbais entre as partes.

25.24. A CONTRATADA será responsável pela execução dos serviços pelo preço proposto e aceito pelo Município de Aracruz.

25.25. As empresas participantes deverão ter pleno conhecimento dos elementos constantes desta licitação, notadamente das condições gerais e particulares de seu objeto, não podendo invocar qualquer desconhecimento como elemento impeditivo da formulação da proposta e do integral cumprimento do Contrato.

25.26. Esclarecimentos de dúvidas de caráter técnico legal na interpretação dos termos deste Edital serão dirimidos mediante solicitação por escrito, endereçado à Presidente da CPL do Município de Aracruz, no horário de 12h às 18h, de segunda à sexta-feira ou através do email: [licitação@pma.es.gov.br](mailto:licitação@pma.es.gov.br).

25.27. 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.

25.28. 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.

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

ARACRUZ/ ES, 09 de maio de 2019.

**LUCIANO FORRECHI**  
Secretário Interino de Comunicação  
Prefeitura Municipal de Aracruz

## **ANEXO I**

### **BRIEFING**

#### **PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACRUZ** **SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO**

##### **1. 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, prioritariamente na saúde, transporte, segurança, infraestrutura e educação.

Aracruz passa por um novo momento político, com uma nova gestão focada no ser humano e nos benefícios e melhorias a ele ofertados por meio de serviços e obras. Por outro lado, a queda na receita tem sido um dos obstáculos enfrentados nesse início de mandato, devido a crise política econômica enfrentada pelo país e consequentemente pelos municípios.

##### **2. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO**

- Formar o cidadão a consciência do coletivo e despertar o amor e o respeito de sua cidade;
- Mostrar aos cidadãos os projetos da administração, fazendo-se entender a importância do trabalho desenvolvido.
- Apontar que é importante cuidar e 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 longos prazos;
- Divulgar as ações do executivo municipal com suas implicações e limites formais e legais;

- Mostrar com transparência os seus atos e suas conseqüências;
- 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.

### **3. 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 e serviços 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 médios e longos 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 necessidade de um planejamento de comunicação institucional sólido e a sua devida e legal implantação.

O aumento acelerado da população e o crescimento desordenado das cidades criaram sérios problemas ambientais, por consequência tornou-se necessário criar políticas públicas para tentar amenizar a degradação ambiental e o resíduos sólidos urbano, que é uma das maiores preocupações de ordem sanitária e ambiental do administrador de qualquer cidade.

Sabemos que qualquer atividade humana produzem resíduos sólidos, e esses resíduos sejam doméstico, industrial, hospitalares ou escolares, precisam ter um destino. O material descartado deve ter um fim que não prejudique o meio ambiente.

Manter a cidade limpa para eliminar possíveis focos transmissores de doenças e, ao mesmo tempo, preservar o meio ambiente e a qualidade de vida da população é uma das prioridades da Prefeitura de Aracruz.

O modo como é feito o processo de descarte, coleta, tratamento e deposição final dos resíduos sólidos afeta a vida de toda coletividade e, a preocupação com essa questão torna-se pública e de todos.

Aracruz produz atualmente 1800 toneladas/ mês de resíduos domiciliar e destes somente 40 toneladas são encaminhados para reciclagem. Por isso a necessidade de conscientizar a população sobre a importância da coleta seletiva.

Os serviços prestados pelo setor de limpeza pública são: a coleta manual (composta por um caminhão, dois coletores que recolhem galhos, madeiras, móveis velhos); coleta mecanizada (conta com dois caminhões caçamba, uma pá carregadeira para recolhimento de resíduos de construção civil); e a coleta de entulho por caixa coletora (cujo agendamento na sede se dá todas as segundas-feiras, das 7h às 13h, já nos distritos a agenda é feita nos Apoios Regionais).

Também é realizado no município os serviços de roçada, pintura de meio fio, pequenas retiradas de areia, e pequenas capinas, serviço feito por três equipes de oito garis e quatro operadores de recadeira. Outros serviços realizados são o de limpeza das praias (uma equipe de 10 garis, mais dois operadores de recadeira), as coletas domiciliares e de resíduos de saúde (clínicas e hospitais) e roçada mecanizada nas áreas públicas. A varrição é feita por 135 garis que varrem toda a cidade.

Com base nessas informações, a campanha para a concorrência será desenvolvida para a Secretaria Municipal de Transportes e Serviços Urbanos (SETRANS), com a implantação da coleta seletiva do resíduos sólidos urbano e o destino final dos mesmos.

Com esta campanha pretende-se conscientizar a comunidade local sobre a importância da coleta seletiva e ainda conhecer como a educação ambiental pode auxiliar um município na implantação da coleta seletiva a fim de iniciar um processo de reciclagem.

### **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 29,9 cm x 21 cm;
- Criação, produção e impressão de faixa, no tamanho de 4x1, 5 metros, para instalar nas unidades de saúde do município;
- Criação e produção de dingo de 30";

#### **4. 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 no 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 tronou-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 1848.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 km²

##### **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.

##### **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 e 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 surf. Na baixa estação, ganham destaque o futsal, campeonatos regionais de futebol, basquete e outras.

**PIB** : R\$ 2.900.438,700mil (IBGE/2010)

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

**População** : 96.746 habitantes (IBGE/2015)

**Microrregião**: Polo Linhares (Sooretama, Rio Bananal, Linhares, João Neiva, Ibiraçu 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 Ibiraçu 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 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 da Barra do Riacho à Estrada de Ferro Vitória-Minas; marítimo, por meio de Portocel; e aeroviário pelo aeroporto privado da empresa Fibria.

**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 II

### 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 III

#### 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 IV

### 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					
<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos Avaliados</b>	<b>Pontuação Máxima</b>	<b>Parâmetro</b>	<b>Valor do parâmetro</b>	
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	
			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					

Quesitos	Aspectos Avaliados	Pontuação Máxima	Parâmetro	Valor do parâmetro	
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 V

### 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 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 infraestrutura 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	3	Ótimo	3	



	disposição da Prefeitura de Aracruz, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.				
			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 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	
			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					
Quesitos	Aspectos Avaliados	Pontuação Máxima	Parâmetro	Valor do parâmetro	
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

### MODELO - CARTA RESUMO DA PROPOSTA DE PREÇOS

AO  
MUNICÍPIO DE ARACRUZ  
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

#### CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 007/2018

**Prezados Senhores,**

1) Pela presente, submetemos à apreciação de V.S<sup>as</sup>., a nossa Proposta relativa à Concorrência Pública nº 007/2018, 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 60 (sessenta) 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 2019.

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

## ANEXO VII

### MODELO - CARTA CREDENCIAL DO(S) REPRESENTANTE(S) NA LICITAÇÃO

PROPONENTE  
LOCAL E DATA

AO  
MUNICÍPIO DE ARACRUZ  
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 007/2018

O abaixo assinado, na qualidade de responsável legal pela Empresa \_\_\_\_\_, vem pela presente, informar a V.S<sup>a</sup>, que o(a) Sr.(a) \_\_\_\_\_, Carteira de Identidade nº \_\_\_\_\_ está autorizado a acompanhar a licitação em epígrafe, podendo para tanto, impugnar, transigir, renunciar a recursos, requerer, assinar, enfim o que preciso for para o fiel cumprimento do presente credenciamento.

Atenciosamente,

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

**ANEXO VIII**

**MODELO - DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO IMPEDITIVO**

PROPONENTE  
LOCAL E DATA

AO  
MUNICÍPIO DE ARACRUZ  
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 007/2018

Em atendimento à determinação do Edital referenciado, declaramos sob as penalidades cabíveis, que inexistente qualquer fato impeditivo 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.

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

**ANEXO IX**

**MODELO - DECLARAÇÃO DE ATENDIMENTO AO INCISO XXXIII DO ART. 7º DA  
CONSTITUIÇÃO FEDERAL**

PROPONENTE  
LOCAL E DATA

AO  
MUNICÍPIO DE ARACRUZ  
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 004/2017

(Nome da empresa)....., inscrita no CNPJ 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 de cumprimento ao 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 ( ).  
Observação: **em caso afirmativo, assinalar a ressalva acima**

\_\_\_\_\_  
Nome e assinatura do declarante (Carimbo com CNPJ).

## ANEXO X

### MINUTA DE CONTRATO

**CONTRATO DE XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX Nº XXX/201X.**

**CONTRATO DE XXXXXXXXXXXXX QUE ENTRE SI CELEBRAM O MUNICIPIO DE ARACRUZ E A EMPRESA XX:**

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**, qualificação..... endereço....., **nos termos da Lei nº 3.643 de 20/03/2013** e a empresa **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob o nº XX.XXX.XXX/XXXX-XX, com Sede na Rua XXXXXXXXXXXX, nº XXX, Bairro XXXX, Município de XXXXX/ES, CEP XX.XXX-XXX, doravante denominada **CONTRATADA**, representada pelo sócio, **Sr. XXXXXX XXXXXXXXXXXX XXXXXX**, brasileiro, casado, empresário, portador do CPF nº XXX.XXX.XXX-XX e da C.I. nº XXX.XXX SSP-ES, residente à Rua XXXXX XXXXXX, nº XXXX, Bairro XXXXXX, CEP XX.XXX-XXX, XXXXXXXX/ES, nos termos **do Processo administrativo nº 984/2018**, resolvem firmar o presente contrato, objetivando a prestação dos serviços discriminados na Cláusula Primeira, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, Lei nº 8.666/93 consolidada e demais Legislações pertinentes, consoante as cláusulas que se seguem.

### CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO DO CONTRATO

1.1. O presente instrumento tem por objeto a **contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de serviços de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação**, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e a direito à informação do público em geral.

1.1.1. Também integram o objeto como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) Ao 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 nas quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei nº 12.232/10;

b) À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

c) À criação e no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.1.2. A agência atuará por ordem e conta do Município de Aracruz, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/65, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.1.1 e de veículos e demais meios de divulgação, para transmissão de mensagens publicitárias.

## **CLÁUSULA SEGUNDA - DOS PRAZOS**

2.1. O prazo 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.

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.

## **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\$ 1.300.000,00 (um milhão e trezentos mil reais) de acordo com a proposta de preços.



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.

3.3. 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:

3.3.1. Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação conforme item 3.1.

3.3.2. Produção: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes, conforme item 3.1.

3.3.3. Outros serviços de terceiros: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos vencimentos previamente ajustados com a CONTRATANTE, sendo pagos conforme item 3.1

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

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

3.6. 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.

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

3.8. 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.

3.9. 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.

3.10. 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.

3.11. 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.

3.12. 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 ao Contrato.

3.13. As formas de remuneração estabelecidas no Cláusula poderão ser renegociadas, no interesse do CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação do 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:

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

b) estabeleçam que 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 da CONTRATANTE poderá esta aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos, dentre eles Governos Estadual e 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 preços contratados serão fixos e irredutíveis pelo prazo de 12 (doze) meses.

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

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

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

4.3. A solicitação de reajustamento deverá ser iniciativa da Licitante vencedora, mediante a apresentação analítica do aumento dos custos, no formato da planilha de custos e formatação de preços apresentadas pela CONTRATADA na época do processo licitatório.

4.4. A qualquer tempo a Licitante vencedora poderá solicitar o reequilíbrio econômico-financeiro do contrato, desde que demonstre analítica e justificadamente a variação de todos os componentes dos custos, que deram origem ao desequilíbrio contratual, em consonância com o artigo 65, inciso II, alínea d, da Lei 8.666/93.

4.5. 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.

4.6. 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.

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

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

5.1. No recebimento da Ordem de Serviço, a CONTRATADA deverá apresentar o comprovante de caução de garantia de execução, no percentual de **5% (cinco por cento)** sobre o valor contratual, podendo optar por uma das modalidades:

a) Títulos da dívida pública, devendo este ter sido emitido sob a 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 (em conformidade com a Lei nº 11.079 de 30/12/04);

b) Seguro garantia;

c) Fiança Bancária (caput e § 1º do art. 56 da Lei 8.666/93).

5.1.1. Ocorrendo aumento no valor contratual por acréscimo de serviços, de acordo com a Lei, a CONTRATADA deverá proceder ao reforço da garantia inicial no mesmo percentual estabelecido.

5.1.2. A garantia prestada pela CONTRATADA será liberada ou restituída após a emissão do Termo de Recebimento Definitivo.

#### **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:

**Dotação Orçamentária – Orçamento 2019.**

Órgão: 020 – Secretaria De Comunicação

Unidade Orçamentária: 001 – Secretaria De Comunicação

Dotação: 1124

Classificação Funcional: 24.131.0042.2.0125

Elemento: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços Terceiros de Pessoa Jurídica

Recursos do Tesouro: 1.000.0000

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

##### **7.1 - DA CONTRATADA**

7.1.1. 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;

7.1.2. 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;

7.1.3. 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;

7.1.4. 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;

7.1.5. 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;

7.1.6. 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;

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

7.1.8. Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, 03(três) propostas, com indicação da mais adequada para sua execução;

7.1.8.1. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) propostas, a agência deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito;

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

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

7.1.11. 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;

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

7.1.13. 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;

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

7.1.15. Prestar esclarecimentos à SECOM sobre eventuais atos ou fatos noticiados que envolvem a agência independentemente de solicitação;

7.1.16. Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas no certame;

7.1.17. 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;

7.1.18. Cumprir a legislação trabalhista com relação a seus funcionários em quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados;

7.1.19. 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;

7.1.20. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados;

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

7.1.22. 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;

7.1.22.1. Em casos de contratação de terceiros pela execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste instrumento, exigir dos eventuais contratos, no que couber, as mesmas condições do presente contrato;

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

7.1.24. 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;



7.1.25. 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;

7.1.26. 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 da lei, relacionadas com o cumprimento do contrato a ser firmado após esta concorrência;

7.1.27. 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;

7.1.28. 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 da concorrência;

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

7.1.30. 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;

7.1.31. 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;

7.1.32. 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 que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

## **7.2. DO CONTRATANTE**

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

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

7.2.3. 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.

7.2.4. 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 007/2018, 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, , em cumprimento ao que dispõem o artigo 63 da Lei 4.320/1964 e o artigo 55, parágrafo terceiro da Lei 8.666/1993, para comprovar a execução dos serviços, inclusive com:

9.4.1. Controle das inserções de veiculações;

9.4.2. Exigência de comprovação da execução de serviços subcontratados;

9.4.3. Verificação da validade das três propostas apresentadas como condição de subcontratação de serviços;

9.4.4. Verificação da adequação dos preços subcontratados em relação aos de mercado;

9.4.5. Cumprimento de cláusulas contratuais relativas aos percentuais devidos às agências e às condições da subcontratação;

9.4.6. As minutas dos contratos contenham cláusulas que:

9.4.6.1. Exijam das agências de publicidade contratadas a realização de negociações com veículos de comunicação e com fornecedores, com vistas à obtenção de descontos e bônus em função do volume de recursos despendido, prevendo a obrigatoriedade de participação de representante da Administração Pública nessas negociações;

9.4.6.2. Vendem a subcontratação de serviços afetos à criação/concepção das ações de publicidade.

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.

9.8 - A fiscalização poderá contar com o apoio técnico de empresa(s) CONTRATADA(S) pelo Município de Aracruz/ES – Poder Executivo Municipal/SECOM para auxiliar no processo de fiscalização da referida obr

## **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 acrescentar ou diminuir o volume de serviços, em conformidade com os §§ 1º e 2º do art. 65 da Lei 8.666/93, bem como acrescentar 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 2019.

\_\_\_\_\_  
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

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACRUZ SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO	
CRONOGRAMA FÍSICO FINANCEIRO	
CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA	
PERÍODO	VALOR ESTIMADO
12 MESES	R\$1.300.000,00