



GOVERNO DE
LAVRAS

GESTÃO 2021/2024

EDITAL DE LICITAÇÃO
PROCESSO Nº. 239/2022
CONCORRÊNCIA Nº. 010/2022

A Prefeitura Municipal de Lavras/MG, situada na Avenida Dr. Silvio Menicucci, nº. 1575, bairro Kennedy, através da Coordenadoria de Comunicação e Secretaria Municipal de Saúde torna público que a Comissão Permanente de Licitações, nomeada através do Decreto Municipal 15.992 de 10 de janeiro de 2022, estará reunida para receber as documentações e proposta para licitação na modalidade Concorrência nº. 010/2022, às 14h00mim do dia 18(dezoito) de outubro de 2022, no Setor de Licitações, onde será realizada a sessão para recebimento e abertura dos envelopes contendo a Documentação de Habilitação e Proposta Comercial, do tipo “Técnica e Preço”, sob a forma de Execução indireta, sob regime de empreitada por preço global. Esta licitação reger-se-á pelas disposições contidas na Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, no Decreto nº 3.722, de 9 de janeiro de 2001, na IN/SLTI/MP nº 2, de 11 de outubro de 2010, na IN/SLTI/MP nº 1, de 19 de janeiro de 2010, na IN/SLTI/MP nº 2, de 16 de setembro de 2009, Lei 12.232/2010, Lei 4.680/65 e nas demais normas legais correlatas, bem como em observância às condições estabelecidas neste Edital, nos seus Anexos.

Informações complementares sobre o edital poderão ser obtidas pelos interessados no site da Prefeitura Municipal de Lavras, www.lavras.mg.gov.br. Outras informações poderão ser obtidas pelo telefone (35) 3694 4021 ou no Setor de Licitações desta Prefeitura Municipal, situado na Avenida Dr. Silvio Menicucci, nº 1575, bairro Kennedy, de segunda a sexta-feira, no horário das 08h às 18h.

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

I- DO OBJETO

1.1 A presente licitação tem por objeto a contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços publicitários, conforme detalhado neste edital e no anexo I.



1.2. O objeto dessa licitação é o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos off-line e online e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias ou informar o público em geral sobre assuntos e temas de competência ou interesse da Prefeitura Municipal de Lavras. Como atividades complementares, os seguintes serviços especializados pertinentes:

1.2.1 ao planejamento e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;

1.2.2 à produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

1.2.3 à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, impressas e digitais, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

1.2.4 Os serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas na tabela Sinapro (anexo XI), vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relação pública ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação vigente.

1.3 As avaliações terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do Contrato.

1.4 É vedada a inclusão de avaliações de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do Contrato de prestação de serviços de publicidade.

1.5 Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela Prefeitura Municipal de LAVRAS poderão fornecer, bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do Contrato.

1.6 O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no subitem 1.5 deste Anexo exigirá, sempre, a apresentação pela CONTRATADA à Prefeitura Municipal de LAVRAS de 3(três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.



1.7 No caso do subitem 1.6 supra, a CONTRATADA procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada pela CONTRATADA, sob a fiscalização da Prefeitura Municipal de LAVRAS sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor acima de 5% (cinco por cento) do valor global do Contrato.

1.8 O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea “a” do inciso II do art. 23 da Lei 8.666/1993 está dispensado do procedimento previsto no subitem 1.6 supra.

1.9 A CONTRATADA somente poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação por conta e por ordem da Prefeitura Municipal de Lavras, se previamente os identificar e tiver sido expressamente autorizada por esta última.

1.10 Os serviços afetados à concepção e criação de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação pela CONTRATADA.

II- DOTAÇÃO

2.1 As despesas para prestação do serviço objeto desta licitação correrão à conta das seguintes dotações orçamentárias apresentadas:

FICHA: 354/1023

DOTAÇÃO: 02.13.01.122.0001.2182.3.3.90.39.00

02.30.01.04.131.0005.2003.3.3.90.39.00

FONTE: 102/200

III - DAS CONDIÇÕES GERAIS DE PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO

3.1 A empresa licitante deverá ter como objeto de exploração, descrito em seu contrato social, atividade inerente ao objeto central desta licitação.

3.1.1 A participação nesta Licitação significará a aceitação plena e irrestrita dos termos do presente Edital e das disposições das leis especiais, quando for o caso.

3.2. Poderão participar desta licitação:

3.2.1. Poderão participar da presente licitação pessoas jurídicas legalmente autorizadas a atuarem no ramo pertinente ao objeto desta licitação, que atendam a todas as exigências contidas neste Edital e, ainda, apresentarem a documentação solicitada no local, dia e horário informados no preâmbulo deste Edital.

3.2.2. Será admitida na licitação a participação de Microempresas e Empresas de Pequeno Porte devidamente enquadradas na Lei Complementar nº 123/06.



3.3. Não poderão participar desta licitação:

3.3.1 Fica impedida a participação de empresa consorciada, na mesma licitação, por intermédio de mais de um consórcio ou isoladamente

3.3.2 Interessados proibidos de participar de licitações e celebrar contratos administrativos, na forma da legislação vigente.

3.3.3. Interessados suspensos de participar de licitações e impedidos de contratar com o órgão responsável por esta licitação.

3.3.4. Entidades estrangeiras que não tenham representação legal no Brasil com poderes expressos para receber citação e responder administrativa ou judicialmente.

3.3.5 Interessados que estejam sob falência, em processo de dissolução ou liquidação.

3.3.6 Interessados que tenham sido declarados inidôneos para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação.

3.3.7 Interessados impedidos de licitar e contratar com o município, durante o prazo da sanção aplicada.

3.3.8 Quaisquer interessados que se enquadrem nas vedações elencadas no artigo 9º da lei 8.666/1993.

3.3.9 Sociedades integrantes de um mesmo grupo econômico, assim entendidas aquelas que tenham diretores, sócios ou representantes legais comuns, ou que utilizem recursos materiais, tecnológicos ou humanos em comum, exceto se demonstrado que não agem representando interesse econômico em comum.

3.3.10 Servidor de qualquer órgão ou entidade vinculada ao órgão promotor da licitação, bem como as interessadas que tenham em seu quadro de pessoal servidor público que participe da sua gerência ou administração.

3.3.11 Interessados que integrem, em seu quadro societário, familiar ou agente público que prestem serviços ao município de Lavras em cargo de comissão ou função de confiança, conforme prevê a Lei Orgânica Municipal.

3.3.12. Não poderá participar, direta ou indiretamente, da licitação ou da execução de serviço e do fornecimento de bens a eles necessários:



3.3.12.1. O autor do projeto, básico ou executivo, pessoa física ou jurídica.

3.3.12.2. Empresa, isoladamente ou em consórcio, responsável pela elaboração do projeto básico ou executivo ou da qual o autor do projeto seja dirigente, gerente, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto ou controlador, responsável técnico ou subcontratado.

3.3.12.3. A licitante cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados sejam servidores do Ministério da Justiça.

3.3.13. É vedada a participação, de forma direta ou indireta, de servidor ou dirigente do órgão ou entidade contratante ou responsável pela licitação.

3.3.13.1. Considera-se participação indireta, para fins do disposto neste artigo, a existência de qualquer vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira ou trabalhista entre o autor do projeto, pessoa física ou jurídica, e o licitante ou responsável pelos serviços, fornecimentos e obras, incluindo-se os fornecimentos de bens e serviços a estes necessários.

3.3.13.2. O disposto no parágrafo anterior aplica-se aos membros da comissão de licitação.

IV - DO CREDENCIAMENTO

4.1 Os licitantes que desejarem manifestar-se durante as fases do procedimento licitatório deverão estar devidamente representados por:

4.1.1 Titular da empresa licitante, devendo apresentar cédula de identidade ou outro documento de identificação oficial, acompanhado de: registro comercial no caso de empresa individual, contrato social ou estatuto em vigor, no caso de sociedades comerciais e, no caso de sociedades por ações, dos documentos de eleição de seus administradores; inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício; sendo que em tais documentos devem constar expressos poderes para exercerem direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura;

4.1.2 Representante designado pela empresa licitante, que deverá apresentar instrumento particular de procuração, com firma reconhecida, ou documento equivalente, com poderes para se manifestar em nome da empresa licitante em qualquer fase da licitação, acompanhado de documento de identificação oficial e do registro comercial, no caso de empresa individual; contrato social ou estatuto em vigor no caso de sociedades comerciais e no caso de sociedades por ações, acompanhado, neste último, de documentos de eleição de seus administradores; inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício;



- 4.1.3** Cada representante legal/credenciado deverá representar apenas uma empresa licitante;
- 4.1.4** A credencial não é obrigatória, mas somente poderá manifestar-se na reunião de abertura dos envelopes o representante devidamente credenciado ou o sócio responsável pela empresa que será credenciado no ato da abertura da licitação.
- 4.1.5** Deverá ser entregue obrigatoriamente junto com o credenciamento a Declaração do Anexo IV
- 4.1.6** As microempresas e empresas de pequeno porte, que desejarem utilizar-se dos benefícios da Lei complementar 123/06, deverão no ato do credenciamento apresentar declaração do Anexo VI, sob pena de renúncia as vantagens concedidas pela legislação.
- 4.1.7** A não apresentação ou incorreção no documento de credenciamento (procuração) não inabilitará a licitante na fase de abertura das propostas, mas impedirá o representante de se manifestar e responder pela mesma, inclusive de assinar a ata.
- 4.1.8** Na falta das declarações dos anexos IV, VI o representante da empresa poderá firmá-las na sessão, caso tenha poderes para tal.

V – DA ENTREGA DOS ENVELOPES DE DOCUMENTAÇÃO E PROPOSTAS

5.1 Os envelopes de Propostas técnicas (01,02 e 03), Proposta comercial (04), deverão ser opacos, fechados serão recebidos pela Comissão de Licitação no dia, hora e local mencionados no preâmbulo.

5.1.2 - Os envelopes deverão ainda indicar em sua parte externa e frontal os seguintes dizeres:

AO MUNICÍPIO DE LAVRAS/MG
PROCESSO Nº. 239/2022
CONCORRÊNCIA Nº. 010/2022
ENVELOPE Nº. 001 – PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA NÃO IDENTIFICADA

AO MUNICÍPIO DE LAVRAS/MG
PROCESSO Nº. 239/2022
CONCORRÊNCIA Nº. 010/2022
ENVELOPE Nº. 002 – PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA IDENTIFICADA
PROPONENTE (NOME COMPLETO DA EMPRESA. TELEFONE, E-MAIL)



AO MUNICÍPIO DE LAVRAS/MG
PROCESSO Nº. 239/2022
CONCORRÊNCIA Nº. 010/2022
ENVELOPE Nº. 003 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES
PROPONENTE (NOME COMPLETO DA EMPRESA. TELEFONE, E-MAIL)

AO MUNICÍPIO DE LAVRAS/MG
PROCESSO Nº. 239/2022
CONCORRÊNCIA Nº. 010/2022
ENVELOPE Nº. 004 – PROPOSTA COMERCIAL
PROPONENTE (NOME COMPLETO DA EMPRESA. TELEFONE, E-MAIL)

AO MUNICÍPIO DE LAVRAS/MG
PROCESSO Nº. 239/2022
CONCORRÊNCIA Nº. 010/2022
ENVELOPE Nº. 005 – DOCUMENTO DE HABILITAÇÃO
PROPONENTE (NOME COMPLETO DA EMPRESA. TELEFONE, E-MAIL)

O envelope Nº 5 deverá ser entregue em momento oportuno, mediante convocação a ser providenciada pela Comissão Permanente de Licitações, somente das licitantes classificadas no julgamento final das propostas.

5.2. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA, COMERCIAL E HABILITAÇÃO

5.2.1 A proposta técnica deverá reunir os elementos necessários à avaliação da capacitação e qualificação das licitantes para a execução dos serviços objeto desta licitação, devendo ser redigida em português, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, em uma única via, sem emendas ou rasuras.

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
Plano de Comunicação Publicitária	- Raciocínio Básico - Estratégia de Comunicação Publicitária - Ideia Criativa - Estratégia de Mídia e não Mídia
Capacidade de Atendimento	- Quantificação e qualificação dos profissionais - Histórico e Sistemática de atendimento - Instalações, infraestrutura e



	recursos materiais
Repertório	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

5.2.2. Para avaliação do plano de comunicação, a licitante apresentará, somente para efeito de julgamento, uma proposta de campanha publicitária para solução do problema descrito no briefing de comunicação, conforme anexo I, tendo como referencial para a realização de todas as etapas de campanha uma verba de R\$ 300.000,00

QUESITOS:

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

5.3. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no briefing – ANEXO I e nas orientações deste Edital, com elaboração em 02 (duas) vias, quais sejam:

a) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada – ENVELOPE 1;
I. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite, por si só, a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro n. 2.

b) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada – ENVELOPE 2.
II. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e ou material da Idéia Criativa e conter a identificação da licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais.

SUBQUESITOS:

5.3.1 Raciocínio Básico é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da PREFEITURA, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.

5.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos gerais e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expressos no briefing, compreendendo:

I. explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com



seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
II. explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

5.3.3 Idéia Criativa é um subquesito por meio do qual a licitante apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.

5.3.3.1 Todas as peças e ou material que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação na qual, a critério da licitante, poderão ser inseridos comentários circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que deles se pode esperar.

5.3.3.2 A relação deverá indicar as peças e ou material que foram corporificados nos termos do subitem 5.3.3.3.

5.3.3.3 Da relação de peças e ou material, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes orientações:

I. Serem apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, layout e ou storyboard impressos, para qualquer meio;
- b) protótipo ou “monstro” para peças destinadas a rádio e internet;

II. Limitar-se, o máximo de 10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, observadas as seguintes regras:

- a) Pode ser apresentados sob forma de roteiro *layout e story-board impressos*, para qualquer peça e de “monstro”, para rádio e internet;

5.3.3.3.1 Só serão aceitos exemplos de finalizados em caso de não mídia.

5.3.3.3.2. Para a produção dos exemplos de peças ou material não serão aceitas capturas de vídeo.

5.3.3.3.3 Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta, formatada conforme previsão do subitem 5.3.5., VIII, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem 5.3.3.1.

5.3.3.3.4 Os exemplos de peças e ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro n. 1.

5.3.3.3.5 Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro n. 1 poderão ser dobradas.



5.3.3.3.6 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido – desde que não prejudique sua leitura- sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou passepartout.

5.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e ou planilhas nos quais deverá ser apresentada:

I. justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante e em função da verba referencial indicada no briefing

II. simulação do plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material constantes da relação prevista no subitem 5.3.3.1.

5.3.4.1 Da simulação do plano de distribuição deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

I – período de distribuição das peças e ou material;

II – quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

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

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

V – quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;

VI – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia.

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

5.3.4.3 A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:

I – os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;

II – deve ser desconsiderado o repasse da parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65;

III – devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

5.3.5 FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – APÓCRIFO – ENVELOPE 1

5.3.5.1 O caderno específico que compõe o Plano de Comunicação Publicitária (APÓCRIFO) deverá observar a seguinte formatação:

I – Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;

II – capa e contracapa em papel A4branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m² ambas



em branco.

III – conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;

IV – espaçamento de 2 cm, nas margens direita, esquerda, superior e inferior, a partir da borda;

V – títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

VI – espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, duplo após título e entretítulos e entre parágrafos;

VII – alinhamento justificado do texto.

VIII – texto enumeração de páginas em fonte “arial”, cor “automático”, tamanho “12 Pontos”;

IX – numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos.

5.3.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e ou material estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.

5.3.6.1 Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

5.3.7. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Idéia Criativa deverão ser apresentados em papel A4 ou A3, 75 ou 90 gr, com ou sem suporte:

5.3.8 As tabelas e gráficos integrantes dos subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:

I – ser editados em cores;

II – ter seu conteúdo editado com a fonte “arial”, tamanho “10 pontos”;

III – ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) páginas.

5.3.9 As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquestos Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

I – ser editados em cores;

II – ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;

III – ser apresentados em papel A3 dobrado.

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – ENVELOPE 3

5.4 A Capacidade de Atendimento da licitante deverá ser constituída por caderno específico composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

I – A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação



das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

II – a quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

a) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais.

b) os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da PREFEITURA.

III – as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.

IV – a sistemática de atendimento e os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

V – as informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da PREFEITURA, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

5.4.1 Os documentos e informações que compõem o caderno específico deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4 ou A3 dobrado, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

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

III – REPERTÓRIO

5.5 O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, agrupados em caderno específico.

5.5.1. No caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas filmes em DVD’s e os *spots e jingles em* CD’s, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);

II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas).

III - Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.



IV – as peças e ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a PREFEITURA seja ou tenha sido signatária;

V – formatação na orientação retrato, em fonte “arial”, tamanho”12 pontos”, com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas seqüencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos;

VI – edição em papel A4 ou A3, de 75 ou 90 gr., preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação das dimensões originais das peças neles contidas.

5.5.1.1 Para cada peça e ou material previstos no subitem 5.5.1, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

5.5.1.2 A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido no subitem 5.5.1 implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

5.5.1.2.1 A proporcionalidade a que se refere o subitem 5.5.1.2 será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 6.4, III.

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

IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

5.6 A licitante deverá apresentar, em caderno específico, 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 03 (três) páginas, em que serão descritas soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes ou ex-clientes, desde que estes últimos tenham sido atendidos em período posterior a 31 de dezembro de 2017.

5.6.1 As propostas de que trata o subitem 5.6. devem ter recebido a autorização para sua produção ou ter sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2018

5.6.2 A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista no subitem 6.4, IV.



5.6.3 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes ou ex-clientes, desde que estes tenham sido atendidos em período posterior a 31 de dezembro de 2017 e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a PREFEITURA seja ou tenha sido signatária.

5.6.3.1 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.

5.6.3.2 Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função.

5.6.4 Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças e ou material – não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 5.6 – independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos).

II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 5.6.2. ou ser apresentadas separadamente (soltas), preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais: Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

III – para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

5.6.5 Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 5.6 deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial” tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

5.6.5.1 Não há limitação de número de páginas para capacidade de atendimento.

5.7 ELABORAÇÃO DA PROPOSTA COMERCIAL – ENVELOPE 4

5.7.1 A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do Anexo II, informando o percentual de honorários, sem a quebra de percentual, na forma indicada no subitem 9.1, alínea “a” do edital, incidente sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim



como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias e o desconto, sob forma de percentual, na forma indicada no subitem 9.1, alínea “b” do edital, sem quebra de percentual, a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, em vigor, nos termos do art. 11 da Lei 4.680/65, observando-se ainda que, para atender o disposto no parágrafo 3º do art. 44 e inciso II do art. 48 da Lei 8.666/93, evitando-se a inexecuibilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado:

I - não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços externos de produção; sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e sobre formas inovadoras de comunicação publicitária;

II - não será pontuado desconto inferior a 30% (trinta por cento) sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.

III - se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

IV - o percentual de honorários, assim como de desconto proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;

V - o percentual de honorários e os custos internos propostos deverão contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc);

VI - os honorários propostos deverão observar a forma de remuneração e as condições de pagamento;

VII - A Proposta de Preço deverá ter declaração da licitante:

a) Comprometendo-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à PREFEITURA as vantagens obtidas;

b) Informando estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na minuta de contrato.

c) Deverá conter dados bancários da proponente.

d) Caberá à licitante juntar à proposta comercial os DADOS COMPLEMENTARES para assinatura de instrumento contratual ou ato jurídico análogo, conforme modelo ANEXO X

5.8. A Proposta de Preço poderá adotar o modelo sugerido e deverá ser:



- a) datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.
- b) firme e precisa, sem propostas alternativas ou condicionadas que induzam o julgamento a ter mais de um resultado.

5.8.1 Serão analisadas apenas as Propostas de Preço das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.

5.8.2 A classificação das Propostas de preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação, referente ao percentual de honorários relativos (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias e de percentual de descontos sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.

5.8.3 O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, 60 (noventa) dias, a contar da data da abertura da proposta comercial.

5.9. DO ENVELOPE Nº. 05 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

5.9.1 Que deverão vir contidos no "ENVELOPE Nº. 05 – DOCUMENTO DE HABILITAÇÃO", (que serão apresentados apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das propostas, em data a ser agendada em momento oportuno) em uma via cada, no original ou em cópia devidamente autenticada, os quais, após rubricados, serão entranhados nos autos, passando a fazer parte integrante do processo da presente licitação. Todas as folhas deverão ser preferencialmente numeradas sequencialmente e na ordem crescente.

5.9.1.1. 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, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, em exercício;
- c) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
- d) Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato registro ou autorização para funcionamento, expedido por órgão competente, quando a atividade assim



exigir.

5.9.1.2 Caso os documentos enumerados no subitem 5.9.1.1 tenha sido apresentado do credenciamento, não há necessidade de colocar também no envelope

5.9.1.3 REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas/Ministério da Fazenda (CNPJ);
- b) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual e/ou Municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede da proponente, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual do certame;
- c) Prova de regularidade para com a Fazenda Federal, mediante a apresentação de Certidão Conjunta Negativa de Débitos (ou positiva com efeitos de negativa), relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida pela Secretaria da Receita Federal, incluindo a previdenciária;
- d) Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual, mediante apresentação de certidão negativa (ou positiva com efeitos de negativa) de Regularidade de ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias ou Certidão Negativa de Débitos emitida pela Procuradoria Geral do Estado, expedida no local do domicílio ou sede da licitante, ou declaração de isenção, ou declaração de isenção ou de não incidência assinada por seu representante legal, sob as penas da lei;
- e) Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal, mediante apresentação de certidão negativa (ou positiva com efeitos de negativa) de tributos mobiliários, expedida no local do domicílio ou da sede da licitante, ou declaração de isenção ou de não incidência assinada por seu representante legal, sob as penas da lei;
- f) Prova de regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), por meio da apresentação da CRF – Certificado de Regularidade do FGTS;
- g) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de CNDT – Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (ou positiva com efeitos de negativa), de acordo com a Lei nº 12.440/2011;

5.9.2 As microempresas e empresas de pequeno porte, por ocasião da participação neste certame, deverão apresentar toda a documentação exigida para fins habilitação, podendo, todavia, existir, no que tange a regularidade fiscal e trabalhista, documento(s) que apresente(m) alguma restrição;

5.9.2.1. Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal e trabalhista das ME/EPP (que assim se declararam durante o credenciamento), será assegurado, às mesmas, o prazo de 05 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, assim considerado o momento



imediatamente posterior à fase de habilitação, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração Pública, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeitos de certidão negativa;

5.9.2.2 A não regularização da documentação, no prazo previsto no subitem 5.9.2.1.

implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 81 da Lei Federal nº. 8.666, de 21 de junho de 1993, sendo facultado à administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

5.9.3 Serão aceitas certidões positivas com efeitos de negativas, na forma da lei.

5.10 QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

a) Certidão de qualificação técnica de funcionamento da Licitante emitida pelo Conselho Executivo das Normas - Padrão - CENP, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, nos termos do Artigo 4º da Lei Federal nº 12.232/2010.

b) Apresentar atestado de capacidade técnica emitido em nome da licitante, comprovando aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características com o objeto licitado expedido por pessoa jurídica de direito público ou privado.

c. Três declarações contendo informações sobre a experiência anterior, que deverá ser fornecida por, no mínimo, 03 (três) veículos de comunicação, sendo 01 (um) de televisão, 01 (um) de rádio e 01 (um) de jornal, contendo informações quanto ao desempenho da licitante.

5.11 QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

a) Certidão negativa de falência, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, cuja pesquisa tenha sido realizada em data não anterior a 60 (sessenta) dias da data prevista para a apresentação dos envelopes.

b) Certidão negativa de recuperação judicial ou extrajudicial, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, cuja pesquisa tenha sido realizada em data não anterior a 60 (sessenta) dias da data prevista para a apresentação dos envelopes.

b.1) Nas hipóteses em que a certidão encaminhada for positiva, deve o licitante apresentar comprovante da homologação/deferimento pelo juízo competente do plano de recuperação judicial/extrajudicial em vigor.

c) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, com os respectivos termos de abertura e encerramento, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, devidamente registrados no órgão competente e assinados por contador;



d) Nos casos de empresas recém constituídas, com tempo de atividade inferior a 01 (um) ano, a alínea “c” deverá ser substituída por balanço de abertura, devidamente registrado ou autenticado no órgão competente e assinado por contador;

d.1) Nos casos de sociedades regidas pela Lei Federal nº 6.404/76 (sociedade anônima), deverá ser apresentado através de publicação em Diário Oficial;

d.2) Para as empresas que adotaram o SPED (Sistema Público de Escrituração Digital) deverão apresentar o Balanço Patrimonial e as Demonstrações Contábeis com os respectivos termos de abertura e encerramento, extraídos do próprio sistema digital (SPED), bem como termo de autenticação ou recibo de entrega (conforme Decreto Federal nº 8.683/16, devidamente vistados em todas as páginas, pelo contador ou pelo representante legal da empresa;

d.3) As empresas que optaram pelo regime “SIMPLES – FEDERAL” deverão apresentar a declaração de imposto de renda pessoa jurídica, referente ao último exercício, com o respectivo recibo de entrega acompanhado de declaração assinada pelo contador da empresa e sócio, mencionando a lei que enquadra a empresa, bem como os faturamentos mês a mês do exercício dos demais documentos apresentados;

d.4) A licitante deverá possuir, para fins de análise das condições financeiras, os seguintes índices:

$ILC = \text{ATIVO CIRCULANTE} \geq 1,00$

PASSIVO CIRCULANTE

$ILG = \text{ATIVO CIRCULANTE} + \text{REALIZÁVEL A LONGO PRAZO} \geq 1,00$

PASSIVO CIRCULANTE + EXIGÍVEL A LONGO PRAZO

$IEG = \text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIGÍVEL A LONGO PRAZO} \leq 0,50$ ATIVO TOTAL

Sendo:

ILC = índice de liquidez corrente

ILG = índice de liquidez geral

IEG = índice de endividamento geral

5.12 DA DOCUMENTAÇÃO COMPLEMENTAR

a) Declaração, firmada por seu representante legal, da inexistência de fatos impeditivos para sua habilitação, no presente processo (ANEXO IV);

b) Declaração, firmada por seu representante legal, de que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos, salvo na condição de aprendiz, conforme modelo ANEXO V deste edital.

c) Declaração Especial, conforme ANEXO VIII

d) Declaração da licitante de que tratará da questão dos Direitos Autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, conforme ANEXO IX

5.13 Os documentos poderão ser apresentados em cópia simples, desde que



acompanhados dos originais para que sejam autenticados por membro da Comissão Permanente de Licitações no ato de sua apresentação.

VI – DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

6.1. As Propostas Técnicas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos.

6.2. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de TÉCNICA E PREÇO, nos termos do art. 5º da Lei 12.232/2010 e dos arts. 45, parágrafo 1º, III e 46, parágrafo 2º, incisos I e II da Lei 8.666/93, sendo que é estabelecido o peso 0,70 para a Proposta Técnica e peso 0,30 para a Proposta de Preço.

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

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

a) Raciocínio Básico (05 pontos) – a acuidade de compreensão:

- das funções e do papel da Prefeitura Municipal nos contextos social, político e econômico; (01 ponto).
- da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal com seus públicos; (01 ponto)
- das características da Prefeitura Municipal e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (01 ponto)
- o desafio de comunicação expresso no briefing (02 pontos)

b) Estratégia de Comunicação Publicitária (25 pontos)

- i. Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da PREFEITURA e ao desafio de comunicação; (07 pontos).
- ii. Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos; (04 pontos).
- iii. Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da PREFEITURA com seus públicos; (02 pontos).
- iv. Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação; (07 pontos).
- v. Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta (03 pontos).
- vi. Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária, o desafio de comunicação expresso no briefing, seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível (02 pontos).

c) Idéia Criativa (25 pontos).

- i. Adequação ao desafio de comunicação; (05 pontos).
- ii. Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante; (03 pontos).
- iii. Adequação ao universo cultural do público-alvo (01 ponto).
- iv. Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; (02 pontos).



- v. Originalidade da combinação dos elementos que a constituem; (03 pontos).
 - vi. Simplicidade da forma sob a qual se apresenta; (02 pontos).
 - vii. Pertinência às atividades de comunicação da PREFEITURA, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico; (03 pontos).
 - viii. Desdobramentos comunicativos que ensejam conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados; (03 pontos).
 - ix. Exequibilidade das peças e ou do material; (01 ponto).
 - x. Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos. (02 pontos).
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia (15 pontos)
- i. Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo; (02 pontos).
 - ii. Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos; (02 pontos).
 - iii. Consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação aos dois subitens anteriores (6.3, I,d,"i" e "ii"); (04 pontos).
 - iv. Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da PREFEITURA; (01 ponto).
 - v. Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material; (03 pontos).
 - vi. Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. (03 pontos).

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (10 pontos)

- a) Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado; (01 ponto).
- b) Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias; (03 pontos).
- c) Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da PREFEITURA; (03 pontos).
- d) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato; (01 ponto).
- e) Operacionalidade do relacionamento entre a PREFEITURA e a licitante, esquematizado na proposta; (01 ponto).
- f) Relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da PREFEITURA, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato. (01 ponto).

III – REPERTÓRIO (10 pontos)

- a) Idéia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver; (04 pontos).
- b) Qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material; (04 pontos).
- c) Clareza da exposição das informações prestadas. (02 pontos).

IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (10 pontos)



- a) Evidência de planejamento publicitário; (02 pontos).
- b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (03 pontos).
- c) Relevância dos resultados apresentados; (03 pontos).
- d) Concatenação lógica da exposição; (02 pontos).

6.4. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesito e subquesito:

I – Plano de Comunicação Publicitária: 70 (setenta pontos)

- a) Raciocínio Básico: 5 (cinco);
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária: 25 (vinte e cinco pontos);
- c) Idéia criativa: 25 (vinte e cinco pontos);
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia – 15 (quinze pontos).

II – Capacidade de Atendimento: 10 (dez pontos)

III – Repertório: 10 (dez pontos)

IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez pontos)

6.5. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima, prevista no subitem 6.1., obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.

6.6. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos a ele ou a seus subquesitos pelos membros da Subcomissão Técnica.

6.7. A subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20 (vinte) por cento da pontuação

máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

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

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

6.10 Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação na soma das notas dos quesitos.

6.11. Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus Anexos;
- b) não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- c) obtiver nota 0 (zero) em quaisquer dos quesitos ou subquesitos de sua Proposta Técnica;
- d) tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.



6.12 Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as maiores notas, observadas as condições mínimas indicadas no subitem 6.11. alínea “b” e “c”.

6.13. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquestos ideia criativa, estratégia de comunicação publicitária, estratégia de mídia e não mídia e nos quesitos capacidade de atendimento, relatos de soluções de problemas de comunicação e repertório.

6.14 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão ou em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

6.15 Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas as licitantes mais bem classificadas na Proposta Técnica.

VII - DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇO

7.1 Serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios abaixo:

a) Percentual de honorários sobre:

(i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como:

(ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;

(iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, fixados nos limites estabelecidos no item 05 e subitens deste edital:

Pontos	Percentual de honorários
20	10% ou abaixo de 10%
15	11%
12	12%
10	De 13% à 14%
5	15 %

b) Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais que estiver em vigor, fixados nos limites estabelecidos:

Pontos	Desconto sobre a tabela de custos internos
20	50% ou acima de 50%



15	De 45% à 49%
12	De 40% à 44%
10	De 35% à 39%
5	De 30% à 34%

7.2. Serão consideradas as melhores propostas comerciais aquelas que atingirem as maiores pontuações através da fórmula abaixo:

NFPC = Nota final da Proposta Comercial

D1 – Pontuação aplicada ao Percentual sobre honorários de produção externa

D2 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das

Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais

$$\frac{NFPC = D1 + D2}{2}$$

7.3 JULGAMENTO DAS MELHORES PROPOSTAS, APLICANDO-SE A MÉDIA PONDERADA ENTRE A MELHOR PROPOSTA TÉCNICA E A MELHOR PROPOSTA DE PREÇOS

7.3.1 A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo, conforme previsto no art.46, parágrafo 2º, incisos I e II da Lei 8.666/93:

$$PF = (NFPT \times 0,70) + (NFPC \times 0,30)$$

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPC = Pontuação relativa à proposta comercial

7.3.2 Havendo empate, o desempate se dará através da atribuição da maior nota aos quesitos da proposta técnica, na seguinte ordem:

- Estratégia de Comunicação Publicitária;
- Idéia Criativa;
- Raciocínio Básico e
- Estratégia de Mídia e Não Mídia

7.3.2.1 Após a utilização do critério de desempate disposto no item 7.3.2, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio.

7.3.2.2 Não se considerará qualquer oferta e vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.

7.3.2.3 Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.

7.3.2.4 Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas as licitantes mais bem classificadas no julgamento final, com a aplicação da média ponderada, entre as Propostas Técnicas e de preços observado o



disposto no subitem quesito 7.3.

VIII-DO EXAME DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO E DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

8.1 A Comissão Permanente de Licitações examinará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas todas as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

8.2 À Comissão de Licitações caberá julgar sobre a suficiência de documentos e informações apresentadas, podendo a seu exclusivo critério, solicitar esclarecimentos complementares que possibilitem melhor avaliação dos documentos de habilitação.

8.3 As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, constituída por 03 (três) membros titulares que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que pelo menos 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com a Prefeitura.

8.3.1 A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados.

8.3.2 A relação dos nomes dos possíveis integrantes da Subcomissão Técnica será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

8.3.3 Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

IX- DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

9.1 A primeira reunião pública da Comissão Permanente de licitação, a ser realizada no local, dia e horário previstos no preâmbulo deste edital, terá a seguinte pauta básica:

a)- colher em lista de presença as assinaturas das pessoas que comparecerem à reunião;

b)- credenciar os representantes das licitantes, observadas as regras previstas no capítulo III deste edital.

c)- receber os seguintes invólucros:

- invólucro 1 → Proposta Técnica: via não identificada do Plano de



Comunicação Publicitária;

- invólucro 2 → Proposta Técnica: via identificada do Plano de Comunicação Publicitária;
 - invólucro 3 → Proposta Técnica: Conjunto de Informações da Licitante;
 - invólucro 4 → Proposta de Preço;
- d)- **conferir se os invólucros 1** (Proposta Técnica: via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária), apresentam em sua parte externa marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar as licitantes que os apresentaram e, ainda, se não estão danificados ou deformados;
- e)- **rubricar no fecho os invólucros 2** (Proposta Técnica: via identificada do Plano de Comunicação Publicitária), 3 (Proposta Técnica: Conjunto de Informações da Licitante) e 4 (Proposta de Preço), ainda fechados;
- f)- **abrir, um a um, os invólucros 1** (via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária), rubricar seus conteúdos pela Comissão Permanente de Licitação e licitantes presentes, lacrá-los com os respectivos conteúdos neles reinseridos e rubricar os lacres;
- g)- **abrir, um a um, os invólucros 3** (Conjunto de Informações das Licitantes), rubricar seus conteúdos pela Comissão Permanente de Licitação e licitantes presentes e reinserir os conteúdos respectivos nos mesmos;
- h)- encaminhar os invólucros 1 e 3 das Propostas Técnicas à Subcomissão Técnica, para análise e julgamento.

9.1.1 Caso o invólucro 1 esteja danificado ou deformado, em razão de caso fortuito ou força maior, a licitante poderá, antes de sua entrega à Comissão Permanente de Licitação, substituí-lo por outro a ser fornecido pela Prefeitura de Lavras, em local reservado de forma a preservar a identificação de seu conteúdo.

9.1.2 A Comissão Permanente de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros 1 - padronizados, nem em seus conteúdos (documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária), que possam identificar seus autores.

9.1.3 A Comissão Permanente de Licitação manterá, sob sua guarda e responsabilidade, os invólucros 2 (Proposta Técnica: via identificada do Plano de Comunicação Publicitária) e 4 (Proposta de Preço), devidamente fechados e lacrados, até sua posterior abertura e análise em reuniões próprias.

9.1.4 A Subcomissão Técnica fará a análise individualizada e o julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária (invólucros 1) e dos Conjuntos de Informações das Licitantes (invólucros 3), conforme critérios estabelecidos neste edital, elaborará a ata de julgamento e a encaminhará à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas indicando as pontuações obtidas e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.



9.1.4.1 Somente após ter recebido o Invólucro nº.1, já com os Planos de Comunicação Publicitária julgados pela Subcomissão Técnica, é que a Comissão Permanente de Licitação enviará à citada Subcomissão o Invólucro nº. 3, contendo o Conjunto de Informações das Licitantes.

9.2 A segunda reunião pública da Comissão Permanente de licitação, a ser realizada em dia e horário a serem posteriormente marcados, terá como pauta básica a apuração do resultado geral das Propostas Técnicas (invólucros 1 e 3), com os seguintes procedimentos:

- a)- colher em lista de presença as assinaturas das pessoas que comparecerem à reunião;
- b)- identificar os representantes credenciados das licitantes presentes à reunião;
- c)- abrir os invólucros com a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária (invólucros 2) e rubricar o seu conteúdo;
- d)- promover o cotejamento entre as vias identificadas (invólucros 2) e não identificadas (invólucros 1) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- e)- elaborar uma planilha geral com as pontuações atribuídas pela Subcomissão Técnica a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica;
- f)- calcular a Pontuação Técnica de cada licitante;
- g)- calcular a Nota Final Técnica de cada licitante classificada no julgamento das Propostas Técnicas;
- h)- proclamar o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas, registrando-se em ata as licitantes desclassificadas e a ordem de classificação das demais licitantes.

9.2.1 Serão DESCLASSIFICADAS pela Comissão Permanente de Licitação as licitantes cujas Propostas Técnicas desatenderem a quaisquer das exigências legais ou estabelecidas neste instrumento convocatório, bem como aquelas que obtiverem Pontuação Técnica igual a 0 (zero).

9.2.2 Será publicado no Diário Oficial do Município de Lavras o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, com a indicação das licitantes desclassificadas e das classificadas em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recurso.

9.3 Não tendo sido interposto recurso à fase de classificação das Propostas Técnicas, ou tendo havido a sua decadência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será marcada a terceira reunião pública, com a seguinte pauta básica:

- a)- colher em lista de presença as assinaturas das pessoas que comparecerem à reunião;
- b)- identificar os representantes credenciados das licitantes presentes à reunião;
- c)- abrir os invólucros 4 (Propostas de Preços) e rubricar o seu conteúdo;



- d)- examinar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas neste edital para a elaboração das Propostas de Preços;
- e)- fazer a avaliação e a valorização das Propostas de Preços, de acordo com critérios objetivos estabelecidos neste instrumento convocatório;
- f)- calcular a Nota de Preço de cada licitante classificada no julgamento das Propostas de Preços;
- g)- calcular a Nota Final de cada licitante de acordo com a média ponderada das valorizações das Notas Técnica e de Preço, com observância dos procedimentos e pesos estabelecidos no edital.
- h)- proclamar o resultado do julgamento das Propostas de Preços, com a indicação das licitantes desclassificadas e das classificadas, bem como com a indicação da Nota Final de cada licitante, calculada da forma estabelecida neste edital, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recurso.

9.3.1 Serão DESCLASSIFICADAS pela Comissão Permanente de Licitação as licitantes cujas Propostas de Preços desatenderem a quaisquer das exigências legais ou estabelecidas neste instrumento convocatório.

9.3.2 Somente as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços serão convocadas pela Comissão Permanente de Licitação para apresentarem o invólucro 5, lacrado e opaco, contendo os documentos de habilitação relacionados no item 4.9 e seguintes deste edital.

9.4 Não tendo sido interposto recurso à fase de julgamento das Propostas de Preços e de definição da Nota Final de cada licitante, ou tendo havido a sua decadência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será marcada a quarta reunião pública, com a seguinte pauta básica:

- a)- colher em lista de presença as assinaturas das pessoas que comparecerem à reunião;
- b)- identificar os representantes credenciados das licitantes presentes à reunião;
- c)- receber os invólucros 5 com os documentos de habilitação das licitantes, abrir os mesmos e rubricar os documentos respectivos;
- d)- analisar a conformidade dos documentos de habilitação da Licitante melhor classificada, de acordo com as condições estabelecidas neste edital;
- e)- decidir quanto à habilitação ou inabilitação da licitante melhor classificada;
- f)- proclamar o resultado da fase de habilitação, com a indicação da licitante melhor classificada e habilitada, e, das inabilitadas, se for o caso, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recurso.
- g) Na hipótese de todas as licitantes serem inabilitadas, a Comissão poderá fixar às licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de nova documentação, escoimadas das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.



9.4.1 Não tendo sido interposto recurso à fase de habilitação, ou tendo havido a sua decadência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Coordenadoria de Comunicação homologará o procedimento e adjudicará o objeto desta licitação à licitante habilitada que conseguir a maior Nota Final, calculada da forma prevista neste edital.

X - DA PARTICIPAÇÃO DE MICRO EMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE

10.1 Nos termos dos artigos 42 e 43 da Lei Complementar nº 123, de 14/12/2006, alterada pela Lei Complementar 147/2014, as microempresas e empresas de pequeno porte deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição.

10.1.1 Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração Pública, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa. Eventual interposição de recurso contra a decisão que declara o vencedor do certame não suspenderá o prazo supracitado.

10.2 A não regularização da documentação no prazo previsto no subitem 10.1.1, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no artigo 81 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, sendo facultado à Administração convocar para nova sessão pública os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para contratação, ou revogar a licitação.

10.3 Será assegurada, como critério de desempate, a preferência de contratação para as microempresas e empresas de pequeno porte, entendendo-se por empate aquelas situações em que as propostas apresentadas pelas microempresas e empresas de pequeno porte sejam iguais ou até 10% (dez por cento) superiores à proposta mais bem classificada e desde que a melhor oferta inicial não seja de uma microempresa ou empresa de pequeno porte.

10.4 Ocorrendo o empate, proceder-se-á da seguinte forma:

10.4.1 A microempresa ou empresa de pequeno porte melhor classificada poderá apresentar proposta de preço inferior àquela considerada vencedora do certame, situação em que será adjudicado em seu favor o objeto licitado;



10.4.2 Não ocorrendo a contratação da microempresa ou empresa de pequeno porte, na forma do subitem 10.4.1, serão convocadas as remanescentes que porventura se enquadrem na hipótese do subitem 10.3, na ordem classificatória, para o exercício do mesmo direito;

10.4.3 No caso de equivalência dos valores apresentados pelas microempresas e empresas de pequeno porte que se encontre no intervalo estabelecido no subitem acima citado, será realizado sorteio entre elas para que se identifique aquela que primeiro poderá apresentar melhor oferta.

10.4.4 Na hipótese da não contratação nos termos previstos acima, o objeto licitado será adjudicado em favor da proposta originalmente vencedora do certame.

10.5 A microempresa e empresa de pequeno porte que quiser usufruir dos benefícios concedidos pela Lei Complementar nº 123/2006, alterada pela Lei Complementar 147/2014, deverá preencher e apresentar no envelope de habilitação a Declaração constante do Anexo V deste Edital.

10.5.1 A falsidade de declaração prestada objetivando benefícios da LC 123/2006, alterada pela Lei Complementar 147/2014, caracteriza o crime de que trata o art. 299 do Código Penal Brasileiro, sem prejuízo do enquadramento em outras figuras penais e das sanções administrativas cabíveis.

XI - DA DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATORIOS

11.1. A critério da Comissão de Licitações, todas as decisões referentes a esta Concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial ou Imprensa Oficial é obrigatória:

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

XII - DA FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS

12.1 Os documentos necessários à habilitação poderão ser apresentados no original, por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente, ou por publicação em órgão da imprensa oficial, conforme dispõe o art. 32, da Lei nº 8.666/93.

12.2 Não serão aceitos neste procedimento licitatório “protocolos de entrega” ou “solicitação de documentos”, em substituição aos documentos ora exigidos, inclusive no que se refere às certidões.

12.3 Na hipótese de não constar prazo de validade nas certidões



apresentadas, a Administração Municipal aceitará como válidas as expedidas até 90 (noventa) dias, imediatamente anteriores à data de abertura desta licitação, salvo as certidões referidas nas alíneas “a” e “b” do item 5.11.

12.4 Todos os documentos apresentados pela empresa nesta licitação deverão estar rubricados pelo representante legal ou seu procurador.

12.5 Todos os documentos de regularidade fiscal e trabalhista apresentados para habilitação deverão estar em nome da licitante, com o número do CNPJ e respectivo endereço, devendo ser observado o seguinte:

- a) se a licitante for a matriz, todos os documentos deverão estar em seu nome, com o respectivo número do CNPJ;
- b) se a licitante for a filial, todos os documentos deverão estar em seu nome, com o respectivo número do CNPJ, exceto aqueles que, pela própria natureza, forem comprovadamente emitidos apenas em nome da matriz;
- c) se a licitante for a matriz e o fornecedor do bem ou prestadora dos serviços for a filial, os documentos deverão ser apresentados com o número de CNPJ da matriz e da filial, simultaneamente.

12.6 O não atendimento de qualquer exigência ou condição do subitem 12, implicará na inabilitação da licitante.

XIII - DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL

13.1 A impugnação do Edital deverá ser por escrito, protocolada no Setor de Licitações, no endereço constante do cabeçalho, das 08h00min às 18h00min, em dias úteis, dirigida ao Presidente da Comissão Permanente de Licitações:

13.2 Por qualquer cidadão, até 05 (cinco) dias úteis antes da data fixada para abertura dos envelopes de habilitação;

13.3 Por qualquer licitante, até o 2º (segundo) dia útil que anteceder a abertura dos respectivos envelopes.

13.4 Para efeitos de contagem dos respectivos prazos, excluir-se-á a data fixada no preâmbulo deste Edital para a abertura dos Envelopes nº 01 a 04, e incluir-se-á a data do vencimento para o recebimento das impugnações.

13.5 Na hipótese de se constatar a necessidade de alteração do instrumento convocatório, que afete a elaboração das propostas, o fato será divulgado na forma do § 4º, do art. 21 da Lei nº 8.666/93

XIV - DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

14.1. Os recursos admissíveis quanto ao processamento e julgamento desta licitação acham-se previstos no artigo 109, da Lei Federal nº 8.666/93, com



as subsequentes alterações.

14.2 Eventuais recursos administrativos poderão ser interpostos, através da Comissão de Licitações, mediante petição fundamentada, constando a identificação do sócio (acompanhada do ato constitutivo em vigor) ou de seu representante legal (acompanhada da respectiva procuração), dirigida a Coordenadoria de Comunicação, endereço constante do cabeçalho, das 08h00min às 18h00min, em dias úteis.

XV - DA HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

15.1 A Comissão de Licitações, depois de procedido o julgamento do certame e após o decurso do prazo recursal, remeterá os autos a autoridade competente, para Adjudicação e homologação do julgamento.

15.2 É facultado à Comissão de Licitações, em qualquer fase licitatória, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução processual.

XVI - DO REGIME DE EXECUÇÃO

16.1 Os serviços deverão ser prestados parceladamente, a partir da solicitação da prefeitura municipal de Lavras e recebimento da Autorização de Prestação de Serviço, no prazo consignado na proposta técnica da licitante vencedora.

16.2 Nos preços ofertados, estão compreendidos todas as despesas e custos, como por exemplo: transportes, mão-de-obra, pedágio, tributos de qualquer natureza e todas as despesas, diretas ou indiretas, relacionadas à execução dos serviços, objeto da presente licitação;

16.3. A sub-empitada parcial dos serviços a serem executados somente será permitida com a anuência do Contratante com a devida formalização.

16.4. Os serviços deverão observar rigorosamente as especificações técnicas do Projeto Básico unidades e quantidade constantes na proposta de preços e demais requisitos previstos no Edital e seus anexos, independente de transcrição, e ainda as normas de segurança e qualidade da ABNT.

16.5. Qualquer alteração na diretriz estabelecida no Projeto Básico/Briefing, bem como quaisquer outras se fizerem necessárias no decorrer da execução dos serviços, e ainda, qualquer modificação futura, só poderá ser realizada mediante prévia aprovação da Coordenadoria de Comunicação por escrito.

16.6. Qualquer alteração no prazo previsto para execução dos serviços deverá ser previamente comunicada e justificada por escrito a Coordenadoria de



Comunicação observando a legislação em vigor.

16.7. A ocorrência, ainda que eventual, de fatos que possam ensejar riscos durante a execução dos serviços, determinará a revisão conjunta das especificações técnicas objetivando a identificação das causas, dos riscos e as medidas necessárias para eliminá-las.

16.8. A responsabilidade civil, administrativa e penal, por danos da saúde, segurança pública e ao meio ambiente, resultante de qualquer tipo de acidente ocorrido em virtude da realização dos serviços objeto do edital de licitação, bem como sua manutenção, será atribuível exclusivamente a contratada, que ficará obrigada ao pagamento de todos os prejuízos havidos pela Prefeitura Municipal de Lavras, bem como de quaisquer indenizações, multas, obrigações de fazer ou não fazer, que venham a ser pleiteadas ou impostas em virtude do atual acidente que venha ocorrer.

16.9. A contratada será responsável, por qualquer erro ou serviço executado em desacordo com as especificações técnicas, e conseqüentemente pagamento dos danos e prejuízos que por si ou seus prepostos, vier a causar a Prefeitura Municipal de Lavras, ficando sujeita em consequência de ações movidas por esta ou terceiros prejudicados, até a sentença final e sua execução.

XVII - DO PRAZO DE VIGENCIA DO CONTRATO E DO REAJUSTE

17.1. Os serviços deverão ser prestados durante a vigência do contrato que será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura e legislação vigente.

17.2 Poderá haver a prorrogação contratual a critério da Administração, haja vista que os serviços contratados são contínuos, e os fins institucionais as quais se dedicam, a contratação necessita dos serviços na forma permanente, nos termos do art. 57, II da lei 8.666/93.

17.3 Para efeito de contratação, nos 12 (doze) primeiros meses, não haverá reajuste dos preços contratados.

17.3.1 Decorridos 12 (doze) meses da execução do contrato e, caso haja interesse da Administração na renovação contratual, os preços poderão ser reajustados a partir do requerimento da contratada, nos termos da legislação vigente e das demais normas aplicáveis aos serviços contratados, respeitado, ainda, o princípio constitucional e legal do equilíbrio econômico-financeiro do contrato.

XVIII - DAS CONDIÇÕES PARA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

18.1 Todo serviço a ser prestado pela Contratada deverá ser precedido da



competente apropriação de custos, a qual, aprovada pela Coordenadoria de Comunicação por meio de autorização de serviços, gerará a expectativa da Contratada a receber respectivos valores.

18.2 A apropriação de custos deverá estar dentro dos parâmetros estabelecidos na Proposta Técnica da Contratada, demonstrados, ainda que em anexo, os preços da média de mercado.

18.3 O valor anual será dividido em vários serviços publicitários, que correrão durante a vigência do contrato, de acordo com a necessidade e a conveniência do Contratante.

18.4 Não caberá qualquer tipo de pagamento à Contratada, caso não tenha havido a solicitação de serviço pelo Contratante.

XIX - DAS RESPONSABILIDADES E OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

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

19.3. A Contratada deverá prestar esclarecimentos à Prefeitura, sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam, independentemente de solicitação.

19.4. A Contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta licitação, que envolva o nome da Prefeitura de Lavras, se houver expressa autorização deste.

19.5. A Contratada centralizará o comando da publicidade da Prefeitura em sua sede.

19.6. A seu critério, a Contratada poderá utilizar-se de seus representantes em outros Estados ou Municípios para serviços de criação e de produção, ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

19.7. A Contratada obriga-se por si e por sua Equipe Técnica, ao cumprimento de todas as exigências contratuais e à manutenção de completo sigilo sobre os dados e informações fornecidos pela Administração, bem como a não divulgar a terceiros quaisquer informações relacionadas com o objeto



contratado, sem a prévia autorização, por escrito, dada pela Administração.

19.8. A Contratada, igualmente, deverá cumprir os dispositivos contratuais e fornecer ao Contratante a legislação, os documentos e informações que lhe forem solicitados no interesse da consecução do objeto contratado, sob pena de assumir, com exclusividade, os riscos decorrentes da demora.

XX – DA REMUNERAÇÃO E DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

20.1. A remuneração à CONTRATADA será feita consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços, a saber:

- a) Para os serviços do objeto licitado, o desconto sobre a Tabela de Custos Internos do SINAPRO-MG, na ordem de ___% (conforme proposta comercial);
- b) Sobre produção de terceiros (serviços técnicos complementares) os honorários constantes em sua proposta comercial na ordem de ___%;

20.1.1 Fica instituído, também, que na vigência contratual, a CONTRATADA fará jus ao desconto padrão de agência e aos honorários sobre produção de terceiros (serviços técnicos complementares), de acordo com as Normas do CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão

20.2. Os pagamentos serão efetuados de forma parcelada, em até 30 (trinta) dias do mês subsequente da emissão das Notas Fiscais/Faturas pela Contratada, devidamente atestadas pela Coordenadoria de Comunicação e encaminhados à Secretaria da Fazenda, acompanhadas dos seguintes documentos:

- a) CND – Certidão Negativa de Débito (ou positiva com efeitos de negativa);
- b) CRF – Certificado de Regularidade do FGTS;
- c) Autorização (orçamento assinado) da Coordenadoria de Comunicação.

20.3 Os serviços contratados serão documentados mediante a apresentação de Notas Fiscais/Faturas da Contratada com os valores relativos unicamente ao seu serviço, anexando ainda as faturas dos veículos de divulgação e outros fornecedores, com os valores dos serviços realizados por estes, sendo feito o pagamento por depósito no valor global (agência + veículos/fornecedores) para a Contratada.

20.4. A Contratada não emitirá Nota Fiscal própria com os valores dos serviços globais, mas apenas de sua parte, de acordo com as Normas do CENP.

20.5 Os demais fornecedores emitirão Notas Fiscais com seus valores, e as mesmas serão apresentadas conjuntamente pela Contratada para a efetuação do pagamento, que repassará, obrigatoriamente, a parte devida aos fornecedores, sendo que nas Notas Fiscais deverão constar o número do



contrato.

20.6 Os pagamentos serão efetuados mediante crédito em conta corrente da Contratada.

20.7 Caso venha a ocorrer necessidade de providências complementares por parte da Contratada, a fluência do prazo será interrompida, reiniciando-se sua contagem a partir da data do respectivo cumprimento.

20.8. Todo o serviço a ser prestado pela Contratada será precedido da competente assinatura do orçamento ou pedido de inserção, solicitado pela Coordenadoria de Comunicação.

XXI – DO CONTRATO

21.1. Após adjudicação e homologação pela Coordenadoria de Comunicação e Secretaria de Saúde, a proponente vencedora será convocada para, dentro do prazo de 05 (cinco) dias, assinar o contrato correspondente, sob pena de decair do direito de contratação e incidir na multa de 20% (vinte por cento) sobre o valor total de sua proposta, além de sujeitar-se a outras sanções previstas nas Leis Federais nº 8.666/93, 8.883/94.

21.2 Quando a adjudicatária não assinar o contrato no prazo e condições estabelecidas, será convocada outra licitante na ordem de classificação das ofertas, e assim sucessivamente, com vistas à celebração da contratação.

21.3 A Administração, em todo tempo e sem qualquer ônus ou responsabilidades para si, independente de ação, notificação ou interpelação judicial ou extrajudicial, poderá, sem prejuízo das demais penalidades aplicáveis à licitante vencedora, cancelar o contrato, baseada nas Leis Federais nº 8.666/93, 8.883/94.

21.4 Encerrado o processo licitatório, será firmado entre a Administração e o vencedor, o CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO ANEXO X), ao qual se aplicam as disposições da Lei n.º 8.666/93 e legislação correlata;

21.5 Uma vez assinado(s) o(s) instrumento(s), a Administração poderá convocar o compromissário a prestar os serviços, na forma e condições fixadas no presente Edital e no(s) instrumento(s) referido(s);

21.6 O aperfeiçoamento do Compromisso de Prestação de serviço será feito mediante contrato.

XXII – DA FISCALIZAÇÃO



22.1. A Coordenadoria de Comunicação através Elisângela Fávoro Ribeiro de Lima Pedroso designado, exercerá a mais ampla fiscalização da execução contratual.

22.2. A fiscalização por parte dessa Coordenadoria não eximirá ou reduzirá, em nenhuma hipótese, a responsabilidade da Contratada em eventual falta que venha a cometer, mesmo que não indicada pela fiscalização do Contratante.

XXIII – DAS PENALIDADES

23.1 A recusa injustificada da adjudicatária em assinar, aceitar ou retirar o contrato ou instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido pelo Município de Lavras caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-se à multa de até 20% (vinte por cento) sobre o valor da obrigação não cumprida.

23.2 Em caso de inexecução parcial ou total das condições fixadas no contrato, erros ou atrasos no cumprimento do contrato, infringência do art. 71 da Lei Federal 8.666/93 e quaisquer outras irregularidades, a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar ao Contratado as seguintes sanções:

23.2.1 Advertência;

23.2.2 Multa, conforme os percentuais definidos a seguir:

23.2.2.1 0,3% (três décimos por cento) por dia, até o 10º (décimo) dia de atraso na prestação do serviço, sobre o valor do saldo do contrato, por ocorrência;

23.2.2.2 10% (dez por cento) sobre o valor do saldo do contrato, no caso de atraso na prestação do serviço superior a 10 (dez) dias, com a consequente rescisão contratual, quando for o caso;

23.2.2.3 15% (quinze por cento) sobre o valor do contrato, nos seguintes casos:

- a) Inobservância do nível de qualidade dos serviços;
- b) Transferência total ou parcial do contrato a terceiros;
- c) Subcontratação no todo ou em parte do objeto sem prévia autorização formal do Contratante;
- d) Descumprimento de cláusula contratual.



23.3 Suspensão temporária do direito de participar de licitação e impedimento de contratar com a Administração, pelo prazo de até 2 (dois) anos;

23.4 Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que o Contratante promova sua reabilitação.

23.5 O valor das multas aplicadas deverá ser pago por meio de guia própria ao Município de Lavras, no prazo máximo de 3 (três) dias úteis a contar da data da sua aplicação ou poderá ser descontado dos pagamentos das faturas devidas pelo Município, quando for o caso.

XXIV – DOS DIREITOS AUTORAIS

24.1. A CONTRATADA cede à PREFEITURA os direitos autorais patrimoniais de uso das idéias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste CONTRATO.

24.2. Os direitos são cedidos de forma total e definitiva, para uso no Brasil ou em qualquer outro país do mundo.

24.3. Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pela PREFEITURA em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.

24.4. Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

24.5 A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

24.6 A PREFEITURA será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento deste CONTRATO, sejam estes passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.

24.7. É garantida à PREFEITURA a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos originalmente de titularidade da CONTRATADA e dos funcionários desta, sobre os resultados da execução deste CONTRATO, ressalvados os direitos autorais e conexos de terceiros.



XXV – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

25.1. Os interessados deverão ter pleno conhecimento dos elementos constantes deste Edital, bem como de todas as suas condições gerais e peculiares, e de seus Anexos, não podendo invocar nenhum desconhecimento dos mesmos, como fato impeditivo da apresentação da documentação exigida ou do previsto nas disposições pertinentes à espécie.

25.2. É facultada à Comissão de Licitações ou autoridade superior, em qualquer fase desta Concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente dos Documentos de Habilitação ou das Propostas Técnica e de Preços.

25.3. A Comissão de Licitações poderá, em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder à visita das instalações e da aparelhagem disponível para a realização dos serviços objeto desta

25.4. Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada se a PREFEITURA tiver conhecimento de fato desabonador à sua habilitação ou à sua classificação, conhecido após o julgamento.

25.5. Se ocorrer a desclassificação da licitante vencedora por fatos referidos no item anterior, a PREFEITURA poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta Concorrência.

25.6. A licitante é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação.

25.7. Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela Prefeitura.

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

25.9 É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o artigo 93, da Lei nº 8.666/93.

25.10. Antes do aviso oficial do resultado desta Concorrência, não serão



fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

25.11. Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão de Licitações no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

25.12. Antes da data marcada para a abertura dos invólucros com os Documentos de Habilitação e as Propostas, a Comissão de Licitações poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, alterar este Edital e seus anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação dos Documentos e Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

25.13. A licitante não pode realizar consultas ou apontamentos que possam propiciar sua identificação ou de outros licitantes perante a Comissão de Licitações antes da abertura do ENVELOPE N° 2, salvo identificação inequívoca da Proposta Apócrifa.

25.14. Quando todos os licitantes forem inabilitados ou todas as propostas forem desclassificadas, a Administração Municipal poderá, a seu critério, conceder aos licitantes o prazo de 08 (oito) dias úteis para apresentação de nova documentação ou de outras propostas escoimadas das causas referidas no artigo 48, § 3º, da Lei Federal nº 8.666/93.

25.15. A Comissão dirimirá as dúvidas que venham a ser suscitadas pelo presente Edital, desde que manifestadas por escrito.

25.15.1. Posteriormente, a Comissão de Licitações encaminhará via e-mail, ou, se for o caso, publicará no Diário Oficial do Município (DOM) a resposta ao solicitante.

25.16. À Prefeitura Municipal de Lavras reserva-se o direito de, a qualquer tempo, presentes razões de interesse público devidamente justificadas, desistir, revogar, adiar ou homologar parcialmente a licitação, devendo de ofício anulá-la por vícios ou irregularidades constatadas, sem que isso represente direito dos proponentes a qualquer pedido de indenização, reembolso ou compensação de valores.

25.17 As proponentes ficam obrigadas a aceitar nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários até 25% (vinte e cinco por cento) do valor atualizado do contrato.

25.18 Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital, excluir-se-á o dia



GOVERNO DE
LAVRAS

GESTÃO 2021/2024

do início e incluir-se-á o do vencimento, nos termos do art. 110, da Lei de Licitações.

25.19 As despesas com o contrato resultante desta Concorrência, pelos primeiros 12 (doze) meses estão estimadas em R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais).

25.20 Deverá o Contratado manter durante toda a execução contratual, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação, consoante disposição contida no artigo 55, XIII, da Lei nº 8.666/93, cuja comprovação poderá ser solicitada, a qualquer momento, pela Secretaria da Fazenda.

25.21 Fica eleito o foro da Comarca de Lavras, Estado de Minas Gerais, para solucionar quaisquer questões oriundas desta licitação.

25.22 Os casos omissos e as dúvidas surgidas serão resolvidos pelo Presidente da Comissão Permanente de Licitações.

Lavras, 29 de agosto de 2022

Coordenadoria de Comunicação

Elisângela Favaro Ribeiro de Lima Pedroso

Secretaria Municipal de Saúde

Iara Menicucci Nogueira



ANEXO I PROJETO BÁSICO E BRIEFING

1 DO OBJETO

O objeto dessa licitação é o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos off-line e online e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias ou informar o público em geral sobre assuntos e temas de competência ou interesse da Prefeitura Municipal de Lavras. Como atividades complementares, os seguintes serviços especializados pertinentes:

1.2.1 de posse das pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;

1.2.2 à produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

1.2.3 à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, impressas e digitais, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

1.2.4 Os serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas na tabela Sinapro, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relação pública ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação vigente.

1.3 Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela Prefeitura Municipal de LAVRAS poderão fornecer, bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do Contrato.

1.4O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no subitem 1.5 deste Anexo exigirá, sempre, a apresentação pela CONTRATADA à Prefeitura Municipal de LAVRAS de 3(três) orçamentos



obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

1.5 A CONTRATADA somente poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação por conta e por ordem da Prefeitura de Lavras, se previamente os identificar e tiver sido expressamente autorizada por esta última.

1.6 Os serviços afetos à concepção e criação das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação pela CONTRATADA.

2 - JUSTIFICATIVA:

2.1 A todo cidadão é assegurado, como garantia p etra, o direito   informação pela Constituição da República Federativa do Brasil (art. 5 , XXXIII). A Coordenadoria de Comunicação é o órgão responsável para dar eficácia a esse direito.

2.1.1 Assim fazendo, o Município reveste seus atos de transparência e publicidade, levando ao cidadão informações que lhe sejam relevantes para bem conhecer as atividades do Poder Executivo.

2.1.2 Para tanto,   indispensável que a informação seja levada de uma forma estratégica, planejada e eficaz. Por tudo isso, se justifica a contratação da prestação dos serviços de publicidade.

2.1.3 Soma-se a isso a vocação turística e cultural. Essa condição exige um trabalho eficiente na comunicação de todos os significados que o Município propõe.

3. DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

3.1. A licitante vencedora deverá apresentar, em momento oportuno: Certidão de qualificação técnica de funcionamento da Licitante emitida pelo Conselho Executivo das Normas - Padrão - CENP, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, nos termos do Artigo 4  da Lei Federal n  12.232/2010.

4. DOS RECURSOS E DOTAÇÕES ORÇAMENTARIAS

4.1. As despesas com o contrato resultante desta Concorrência, pelos primeiros 12 (doze) meses estão estimadas em R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais), com as seguintes dotações:

FICHA: 354/1023

DOTAÇÃO: 02.13.01.122.0001.2182.3.3.90.39.00

02.30.01.04.131.0005.2003.3.3.90.39.00

FONTE: 102/200



5. DA FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES

5.1. Os envelopes nº 01, nº 02, nº 03 e nº 04 deverão ser apresentados separadamente, em 04 (quatro) envelopes fechados e opacos, contendo cada um, além do nome, razão social e endereço da Licitante (exceto no envelope “nº 01”), a designação de seu conteúdo conforme adiante especificado e o envelope nº 05 – Documentos de Habilitação deverão ser apresentados apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das propostas.

5.1.1 - Envelope “nº 01” – Proposta Técnica (Apócrifa) - Plano de Comunicação Publicitária. Este envelope não poderá conter qualquer marca ou identificação externa ou interna em seu conteúdo, e será fornecido pela Prefeitura do Município de Lavras, mediante solicitação formal do licitante.

5.1.2 - Envelope “nº 02” – Proposta Técnica (identificada)- Plano de Comunicação Publicitária.

5.1.3 - Envelope “nº 03” – Proposta Técnica - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de problemas de comunicação.

5.1.4 - Envelope “nº 04” - Proposta de Preço – conforme modelo ANEXO II

5.1.5. – Envelope “nº 05” – Documentos de habilitação
Este envelope deverá ser entregue em momento oportuno, mediante convocação a ser providenciada pela Comissão Permanente de Licitações, somente das licitantes classificadas no julgamento final das propostas.

5.2. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS SUBQUESITOS

I – Plano de Comunicação publicitária Raciocínio Básico

Estratégia de Comunicação Publicitária Idéia Criativa

Estratégia de Mídia e Não Mídia

II – Capacidade de Atendimento

III – Repertório

IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

5.2.2. A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza e sem emendas ou rasuras.

QUESITOS:

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

5.3. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno



específico composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no briefing e nas orientações do projeto básico/briefing e do Edital, com elaboração em 02 (duas) vias, quais sejam:

- a) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada – ENVELOPE 01;
I. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite, por si só, a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro n. 2.
b) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada – ENVELOPE 02.
II. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e ou material da Idéia Criativa e conter a identificação da licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais.

SUBQUESTOS:

5.3.1. Raciocínio Básico é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de texto, no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da PREFEITURA, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.

5.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de texto, no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expressos no briefing, compreendendo:

- I. explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
II. explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

5.3.3. Idéia Criativa é um subquesto por meio do qual a licitante apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.

5.3.3.1. Todas as peças e ou material que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação na qual, a critério da licitante, poderão ser inseridos comentários circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que deles se pode esperar.

5.3.3.2. A relação deverá indicar as peças e ou material que foram incorporados nos termos do subitem 5.3.3.3.



5.3.3.3. Da relação de peças e ou material, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes orientações:

I. Serem apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, layout e ou storyboard impressos, para qualquer meio;
- b) protótipo ou “monstro” para peças destinadas a rádio e internet.

II. Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 03 (três) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, observadas as seguintes regras:

- a) Pode ser apresentados sob forma de roteiro *laoyut e story-board* impressos, para qualquer peça e de “monstro”, para radio e internet.

5.3.3.3.1. Só serão aceitos exemplos de finalizados em caso de não mídia.

5.3.3.3.2. Para a produção dos exemplos de peças ou material não serão aceitas capturas de vídeo.

5.3.3.3.3. Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta, formatada conforme previsão do subitem 5.3.5., VIII, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem 5.3.3.1.

5.3.3.3.4. Os exemplos de peças e ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro n. 1.

5.3.3.3.5. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro n. 1 poderão ser dobradas.

5.3.3.3.6. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido – desde que não prejudique sua leitura- sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou passepartout.

5.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia é um subquestito que deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e ou planilhas nos quais deverá ser apresentada:

I. justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante e em função da verba referencial indicada no briefing

II. simulação do plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material constantes da relação prevista no subitem 5.3.3.1.

5.3.4.1. Da simulação do plano de distribuição deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- I – período de distribuição das peças e ou material;



- II – quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- III – valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- IV – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- V – quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- VI – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia:

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

5.3.4.3. A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:

- I – os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;
- II – deve ser desconsiderado o repasse da parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65;
- III – devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – APÓCRIFO – ENVELOPE 01

5.3.5. O caderno específico que compõe o Plano de Comunicação Publicitária (APÓCRIFO) deverá observar a seguinte formatação:

- I – Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;
- II – capa e contracapa em papel A4branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco;
- III – conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
- IV – espaçamento de 2 cm, nas margens direita, esquerda, superior e inferior, a partir da borda;
- V – títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- VI – espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, duplo após título e entretítulos e entre parágrafos;
- VII – alinhamento justificado do texto;
- VIII – texto enumeração de páginas em fonte “arial”, cor “automático”, tamanho “12 Pontos”;
- IX – numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos.

5.3.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e ou material estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as



páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.

5.3.6.1. Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

5.3.7. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Idéia Criativa deverão ser apresentados em papel A4 ou A3, em papel 75 ou 90 gr, com ou sem suporte:

5.3.8. As tabelas e gráficos integrantes dos subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:

I – ser editados em cores;

II – ter seu conteúdo editado com a fonte “arial”, tamanho “10 pontos”;

III – ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) páginas.

5.3.9. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquestos Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

I – ser editados em cores;

II – ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;

III – ser apresentados em papel A3 dobrado.

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – ENVELOPE 03.

5.4. A Capacidade de Atendimento da licitante deverá ser constituída por caderno específico composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

I – A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

II – a quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

a) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;

b) os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da PREFEITURA.

III – as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.

IV – a sistemática de atendimento e os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;



V – as informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da PREFEITURA, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

5.4.1. Os documentos e informações que compõem o caderno específico deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4 ou A3 dobrado, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

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

III – REPERTÓRIO

5.5. O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, agrupados em caderno específico.

5.5.1. No caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

I – as peças eletrônica deverão ser fornecidas filmes em DVD's e os *spot e jingles* em CD's, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);

II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas).

a) Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

IV – as peças e ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a PREFEITURA seja ou tenha sido signatária;

V – formatação na orientação retrato, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos;

VI – edição em papel A4 ou A3, preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação das dimensões originais das peças neles contidas.

5.5.1.1. Para cada peça e ou material previstos no subitem 5.5.1, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada



peça.

5.5.1.2. A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido no subitem 5.5.1 implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

5.5.1.2.1. A proporcionalidade a que se refere o subitem 5.5.1.2 será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 8.3, III.

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

IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

5.6. A licitante deverá apresentar, em caderno específico, 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes ou ex-clientes, desde que estes últimos tenham sido atendidos em período posterior a 31 de dezembro de 2017.

5.6.1. As propostas de que trata o subitem 5.5 devem ter recebido a autorização para sua produção ou ter sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2018.

5.6.2. A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista no subitem 8.3, IV.

5.6.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes ou ex-clientes, desde que estes tenham sido atendidos em período posterior a 31 de dezembro de 2017 e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a PREFEITURA seja ou tenha sido signatária.

5.6.3.1. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.

5.6.3.2. Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função.

5.6.4. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material – não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 5.6 – independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça,



caso em que, se incluídos:

I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos).

II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 5.6.2. ou ser apresentadas separadamente (soltas), preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais: Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

III – para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

5.6.5. Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 4.6 deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial” tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

5.6.5.1. Não há limitação de número de páginas para capacidade de atendimento.

6. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO – ENVELOPE 04

6.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do Anexo 02, informando o percentual de honorários, sem a quebra de percentual, incidente sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias e o desconto, sob forma de percentual, sem quebra de percentual, a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, em vigor, nos termos do art. 11 da Lei 4.680/65, observando-se ainda que, para atender o disposto no parágrafo 3º do art. 44 e inciso II do art. 48 da Lei 8.666/93, evitando-se a inexequibilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado:

I - não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços externos de produção; sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e sobre formas inovadoras de



comunicação publicitária;

II – não será pontuado desconto inferior a 30% (trinta por cento) sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.

III – se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

IV – o percentual de honorários, assim como de desconto proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;

V – o percentual de honorários e os custos internos propostos deverão contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc);

VI – os honorários propostos deverão observar a forma de remuneração e as condições de pagamento;

VII – A Proposta de Preço deverá ter declaração da licitante:

a) Comprometendo-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à PREFEITURA as vantagens obtidas;

b) Informando estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na minuta de contrato.

c) Deverá conter dados bancários da proponente.

d) Caberá à licitante juntar à proposta comercial os DADOS COMPLEMENTARES para assinatura de instrumento contratual ou ato jurídico análogo.

6.2. A Proposta de Preço poderá adotar o modelo sugerido e deverá ser:

a) datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

b) firme e precisa, sem propostas alternativas ou condicionadas que induzam o julgamento a ter mais de um resultado.

6.2.1. Serão analisadas apenas as Propostas de Preço das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.

6.2.2. A classificação das Propostas de preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação, referente ao percentual de honorários relativos (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária



destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias e de percentual de descontos sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.

7. DO ACOMPANHAMENTO E FISCALIZAÇÃO

7.1. A Coordenadoria de Comunicação, através de servidor designado, exercerá a mais ampla fiscalização da execução contratual.

7.2. A fiscalização por parte dessa Coordenadoria não eximirá ou reduzirá, em nenhuma hipótese, a responsabilidade da Contratada em eventual falta que venha a cometer, mesmo que não indicada pela fiscalização do Contratante.

8. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

8.1. As Propostas Técnicas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos.

8.2. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de TÉCNICA E PREÇO, nos termos do art. 5º da Lei 12.232/2010 e dos arts. 45, parágrafo 1º, III e 46, parágrafo 2º, incisos I e II da Lei 8.666/93, sendo que é estabelecido o peso 0,70 para a Proposta Técnica e peso 0,30 para a Proposta de Preço.

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

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

a) Raciocínio Básico (05 pontos) – a acuidade de compreensão:

- das funções e do papel da Prefeitura Municipal nos contextos social, político e econômico; (01 ponto).
- da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal com seus públicos; (01 ponto).
- das características da Prefeitura Municipal e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (01 ponto).
- o desafio de comunicação expresso no briefing (02 pontos).

b) Estratégia de Comunicação Publicitária (25 pontos)

i. Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da PREFEITURA e ao desafio de comunicação; (07 pontos).

ii. Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos; (04 pontos).

iii. Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da PREFEITURA com seus públicos; (02 pontos).

iv. Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação; (07 pontos).

v. Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em



defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta (03 pontos).

vi. Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária, o desafio de comunicação expresso no briefing, seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível (02 pontos)

c) Ideia Criativa (25 pontos)

i. Adequação ao desafio de comunicação; (05 pontos).

ii. Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante; (03 pontos).

iii. Adequação ao universo cultural do público-alvo (01 ponto).

iv. Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; (02 pontos).

v. Originalidade da combinação dos elementos que a constituem; (03 pontos).

vi. Simplicidade da forma sob a qual se apresenta; (02 pontos).

vii. Pertinência às atividades de comunicação da PREFEITURA, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico; (03 pontos).

viii. Desdobramentos comunicativos que ensejam conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados; (03 pontos).

ix. Exequibilidade das peças e ou do material; (01 ponto).

x. Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos. (02 pontos).

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia (15 pontos)

i. Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo; (02 pontos).

ii. Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos; (02 pontos).

iii. Consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação aos dois subitens anteriores (8.3, I,d,"i" e "ii"); (04 pontos).

iv. Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da PREFEITURA; (01 ponto).

v. Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material; (03 pontos).

vi. Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. (03 pontos).

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (10 pontos)

a) Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado; (01 ponto).

b) Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias; (03 pontos).

c) Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da PREFEITURA; (03 pontos).

d) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato; (01 ponto).

e) Operacionalidade do relacionamento entre a PREFEITURA e a licitante, esquematizado na proposta; (01 ponto).

f) Relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a



licitante colocará regularmente à disposição da PREFEITURA, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.(01 ponto).

III – REPERTÓRIO (10 pontos)

- a) Idéia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver; (04 pontos).
- b) Qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material; (04 pontos).
- c) Clareza da exposição das informações prestadas.(02 pontos).

IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (10 pontos)

- a) Evidência de planejamento publicitário; (02 pontos).
- b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (03 pontos).
- c) Relevância dos resultados apresentados; (03 pontos).
- d) Concatenação lógica da exposição.(02 pontos).

8.4. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesito e subquesito:

I – Plano de Comunicação Publicitária: 70 (setenta pontos)

- a) Raciocínio Básico: 5 (cinco);
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária: 25 (vinte e cinco pontos);
- c) Idéia criativa: 25 (vinte e cinco pontos);
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia – 15 (quinze pontos).

II – Capacidade de Atendimento: 10 (dez pontos)

III – Repertório: 10 (dez pontos)

IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez pontos)

8.5. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima, prevista no subitem 8.1., obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.

8.6. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos a ele ou a seus subquesitos pelos membros da Subcomissão Técnica.

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

8.8. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das



pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou a subquesito reavaliado, a qual será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

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

8.10. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação na soma das notas dos quesitos.

8.11. Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus Anexos;
- b) não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- c) obtiver nota 0 (zero) em quaisquer dos quesitos ou subquesitos de sua Proposta Técnica;
- d) tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.

8.12 Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as maiores notas, observadas as condições mínimas indicadas no subitem 8.11. alínea “b” e “c”.

8.13. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquesitos idéia criativa, estratégia de comunicação publicitária, estratégia de mídia e não mídia e nos quesitos capacidade de atendimento, relatos de soluções de problemas de comunicação e repertório.

8.14. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão ou em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

8.15. Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas as licitantes mais bem classificadas na Proposta Técnica.

9. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

9.1. Serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios abaixo:

- a) Percentual de honorários sobre:
 - (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como:
 - (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;



(iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, fixados nos limites estabelecidos no item 05 e subitens:

Pontos	Percentual de honorários
20	10% ou abaixo de 10%
15	11%
12	12%
10	De 13% à 14%
5	15%

b) Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais que estiver em vigor, fixados nos limites estabelecidos:

Pontos	Desconto sobre a tabela de custos internos
20	50% ou acima de 50%
15	De 45% à 49%
12	De 40% à 44%
10	De 35% à 39%
5	De 30% à 34%

9.2. Serão consideradas as melhores propostas comerciais aquelas que atingirem as maiores pontuações através da fórmula abaixo:

NFPC = Nota final da Proposta Comercial

D1 – Pontuação aplicada ao Percentual sobre honorários de produção externa

D2 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do estado de Minas Gerais.

$$\text{NFPC} = \frac{\text{D1} + \text{D2}}{2}$$

9.3. JULGAMENTO DAS MELHORES PROPOSTAS, APLICANDO-SE A MÉDIA PONDERADA ENTRE A MELHOR PROPOSTA TÉCNICA E A MELHOR PROPOSTA DE PREÇOS

9.3.1. A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo, conforme previsto no art. 46, parágrafo 2º, incisos I e II da Lei 8.666/93:

$$\text{PF} = (\text{NFPT} \times 0,70) + (\text{NFPC} \times 0,30)$$

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPC = Pontuação relativa à proposta comercial



9.3.2. Havendo empate, o desempate se dará através da atribuição da maior nota aos quesitos da proposta técnica, na seguinte ordem:

- a) Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) Idéia Criativa;
- c) Raciocínio Básico e
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia

9.3.2.1. Após a utilização do critério de desempate disposto no item 9.3.2, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio.

9.3.2.2. Não se considerará qualquer oferta e vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.

9.3.2.3. Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.

9.3.2.4. Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas as licitantes mais bem classificadas no julgamento final, com a aplicação da média ponderada, entre as Propostas Técnicas e de preços observado o disposto no subitem quesito 9.3.

10. DO EXAME DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO E DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

10.1. A Comissão Permanente de Licitações examinará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas todas as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

10.2. À Comissão de Licitações caberá julgar sobre a suficiência de documentos e informações apresentadas, podendo a seu exclusivo critério, solicitar esclarecimentos complementares que possibilitem melhor avaliação dos documentos de habilitação.

10.3. As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, constituída por 03 (três) membros titulares que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que pelo menos 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com a Prefeitura.

10.3.1. A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados.

10.3.2. A relação dos nomes dos possíveis integrantes da Subcomissão Técnica será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez)



dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

10.3.3. Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

11. DAS RESPONSABILIDADES E OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

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

11.3. A Contratada deverá prestar esclarecimentos à Prefeitura, sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam, independentemente de solicitação.

11.4. A Contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta licitação, que envolva o nome da Prefeitura de Lavras, se houver expressa autorização deste.

11.5. A Contratada centralizará o comando da publicidade da Prefeitura em sua sede.

11.5.1. A seu critério, a Contratada poderá utilizar-se de seus representantes em outros Estados ou Municípios para serviços de criação e de produção, ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

11.6. A Contratada obriga-se por si e por sua Equipe Técnica, ao cumprimento de todas as exigências contratuais e à manutenção de completo sigilo sobre os dados e informações fornecidos pela Administração, bem como a não divulgar a terceiros quaisquer informações relacionadas com o objeto contratado, sem a prévia autorização, por escrito, dada pela Administração.

11.7. A Contratada, igualmente, deverá cumprir os dispositivos contratuais e fornecer ao Contratante a legislação, os documentos e informações que lhe forem solicitados no interesse da consecução do objeto contratado, sob pena de assumir, com exclusividade, os riscos decorrentes da demora.

11.8. Constituem ainda obrigações da CONTRATADA:

11.8.1 Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada



qualidade.

11.8.1.1. Os serviços indicados no subitem do objeto do memorial deverão ser executados por meio dos profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na Proposta Técnica apresentada na Concorrência, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior mediante comunicação prévia à PREFEITURA.

11.8.2. Centralizar o comando da publicidade da PREFEITURA na sua sede, comprovando em até 30 (trinta) dias da assinatura do CONTRATO, que nele mantém, para esse fim, estrutura de atendimento representada, no mínimo pelos seguintes profissionais:

I – um na área de atendimento;

II – um na área de planejamento;

III – dois na área de criação;

IV – um na área de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica;

V – um na área de mídia.

11.8.2.1. Os profissionais designados para o atendimento da Prefeitura, deverão ter experiência equivalente ou superior à daqueles indicados na proposta técnica.

11.8.2.2. A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de seus representantes em outros Estados ou cidades, desde que tenham experiência equivalente ou superior aos dos indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na proposta técnica, para executar os serviços de planejamento e criação ou outros complementares ou acessórios pertinentes ao CONTRATO, observado o atendimento às condições contratuais.

11.8.3. O desempenho da CONTRATADA será permanentemente verificado pela PREFEITURA.

11.8.4. Executar todos os serviços relacionados com o objeto do CONTRATO, de acordo com os prazos e demais especificações estipuladas pela PREFEITURA.

11.8.4.1. A CONTRATADA executará os serviços indicados neste projeto básico, diretamente, com seus próprios recursos.

11.8.4.2. A CONTRATADA poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários à execução das atividades complementares a que se refere o objeto deste projeto básico, fornecedores de serviços especializados.

11.8.4.2.1. A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de



serviços especializados deverá ser submetida à prévia e expressa autorização da PREFEITURA e implica a atuação da CONTRATADA por conta e ordem da PREFEITURA.

11.8.4.2.2. A PREFEITURA deverá ser previamente identificada na contratação de veículos de divulgação.

11.8.4.2.3. Caberá à CONTRATADA efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ter sido realizada em até 5 (cinco) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pela PREFEITURA.

11.8.5. Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação – inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pela PREFEITURA – respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os danos e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.

11.8.5.1. Alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados deverão ser tempestiva e formalmente comunicados à PREFEITURA, devendo a CONTRATADA adotar providências imediatas para solucionar a pendência.

11.8.5.1.1. A culpa do fornecedor de serviços especializado, do veículo de distribuição ou da CONTRATADA que repercute na plena execução dos serviços contratados implica a revisão das obrigações e pagamentos dos contratos por esta firmados, na medida das consequências do ato nos serviços acordados.

11.8.5.1.2. O aumento de despesas ou perda de descontos para a PREFEITURA, gerados em decorrência de ação culposa da CONTRATADA deverá ser ressarcido pela CONTRATADA responsável, à PREFEITURA em até 02 (dois) dias úteis contados do recebimento da notificação de ressarcimento por este encaminhada.

11.8.5.1.2.1. Se o ressarcimento não for realizado no prazo indicado no subitem 11.8.5.1.2., o valor poderá ser glosado pela PREFEITURA ou descontado em valores a serem pagos a contratada, acrescido da atualização monetária desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação pro rata tempore do INPC (IBGE).

11.8.6. Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme aprovação da PREFEITURA e atestar a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.

11.8.7. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas



negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.

11.8.7.1. Pertencem à PREFEITURA, devendo-lhes ser transferidas, as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação, realizada diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.

11.8.7.1.1. O disposto no subitem 10.8.7.1. não abrange os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

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

11.8.7.2. Nos casos de reutilizações de peças publicitárias da PREFEITURA, a CONTRATADA deverá negociar sempre as melhores condições de preço.

11.8.8. Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados à PREFEITURA:

I – Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores.

II – Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados na PREFEITURA ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido:

a) A impossibilidade de obter as 3 (três) cotações deverá ser previamente justificada à PREFEITURA, por escrito, para decisão sobre a contratação.

III – exigir do fornecedor que a cotação seja apresentada no original, em papel timbrado e que:

a) Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

b) Detalhe os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;

c) Seja apresentada juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está inscrito - e em atividade no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuinte estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

IV – informar, por escrito, os fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Nona para a reutilização de peças e material publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de



autor e conexos.

11.8.8.1. Quando o fornecimento de serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global do CONTRATO, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da PREFEITURA.

11.8.8.2. A PREFEITURA procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

11.8.8.3. Se e quando julgar conveniente, a PREFEITURA poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

11.8.8.4. As disposições do subitem 11.8.8. não se aplicam à compra de mídia.

11.8.8.5. As condições do subitem 11.8.8, I e II, não se aplicam à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado.

11.8.9. Encaminhar, a cada 12 meses de vigência do contrato e de seus eventuais aditamentos, referentes a peças aprovadas pela PREFEITURA e sem ônus para esta, as seguintes cópias de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga:

I – TV e Cinema: cópias em Betacam e/ou DVD e/ou arquivos digitais;

II – Internet: cópias em CD;

III – Rádio: cópias em CD, com arquivos digitais;

IV – Mídia impressa e material publicitário: cópias em CD, com arquivos em alta resolução, finalizados, sendo uma cópia aberta e uma fechada.

11.8.9.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, se garantido o atendimento à solicitação da PREFEITURA.

11.8.9.2. Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pela PREFEITURA.

11.8.9.3. Caso as mídias indicadas nos incisos I a IV do subitem 11.8.9. se tornem tecnologicamente obsoletas, a PREFEITURA indicará mídia substituta para envio da cópia das peças produzidas.

11.8.10. Disponibilizar à PREFEITURA informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.

11.8.11. Produzir e entrega em meio digital, como CD ou em DVD ou outro meio magnético indicado pela PREFEITURA, portfólio dos trabalhos realizados para a PREFEITURA.



11.8.11.1. O portfólio deverá ser entregue anualmente, até o final do último mês de vigência do contrato ou de sua prorrogação e abranger todas as ações realizadas no CONTRATO durante o período de doze meses anteriores.

11.8.11.1.1. No final da vigência deste CONTRATO, deverá ser entregue um portfólio com os trabalhos realizados após a entrega do portfólio anterior.

11.8.11.2. O portfólio deverá ser apresentado conforme modelo sugerido pela CONTRATADA e previamente aprovado pela PREFEITURA.

11.8.12. Entrega à PREFEITURA cópia dos comprovantes de pagamentos feitos a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento realizado pela PREFEITURA.

11.8.13. Entregar à PREFEITURA, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (Mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos, conforme modelo definido pela PREFEITURA.

11.8.13.1. O relatório de acompanhamento deverá ser assinado e enviado à PREFEITURA no dia útil seguinte à realização do contato com a PREFEITURA, com o veículo ou com o fornecedor e, em caso de incorreção, reenviado devidamente corrigido em até 2 (dois) dias úteis, a contar do recebimento da solicitação de correção.

11.8.14. Elaborar, sempre que solicitado pela PREFEITURA, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.

11.8.15. Prestar, às suas expensas, os seguintes serviços:

I – criação e manutenção de acervo da propaganda da PREFEITURA, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste CONTRATO e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

II – criação e manutenção de banco de imagens, em meio virtual, com as fotos e imagens produzidas durante a execução do CONTRATO e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

11.8.15.1. A agência se reunirá com a PREFEITURA, em até 60 (sessenta) dias após a assinatura do CONTRATO, para apresentar proposta para o banco de imagens e para o acervo de propaganda, compreendendo entre outros itens, as especificações técnicas, a sistemática de navegação e de filtros de pesquisa e os formatos dos arquivos.

11.8.15.1.1. Aprovada pela PREFEITURA, a proposta passará integrar o



CONTRATO, ressalva a possibilidade de ajustes, sempre que necessário à manutenção do banco/acervo virtuais.

11.8.15.2. A CONTRATADA, por meio do CONTRATO, transfere à PREFEITURA a propriedade do sistema tecnológico referente ao banco/acervo virtuais, incluído o seu código/fonte.

11.8.15.3. O banco/acervo virtuais deverão estar funcionando em até 120 (cento e vinte) dias após a assinatura do CONTRATO.

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

11.8.17. Não caucionar ou utilizar este CONTRATO como garantia para qualquer operação financeira.

11.8.18. Manter, durante a execução do CONTRATO, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste, entre as quais a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o art. 4º e seu parágrafo 1º da Lei 12.232/2010.

11.8.18.1. Em não se comprovando a manutenção das condições de habilitação, a CONTRATADA terá 30 (trinta) dias para regularizar a situação, contados da notificação da PREFEITURA, prazo após o qual poderá ser promovida a rescisão contratual.

11.8.19. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando exigido por norma, com relação a empregados de fornecedores contratados.

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

11.8.20.1. A CONTRATADA é responsável por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

11.8.20.2. Sempre que solicitados pela PREFEITURA, a CONTRATADA deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.



11.8.21. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor atualizado previsto no contrato.

11.8.22. 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.

11.8.23. Obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento deste CONTRATO.

11.8.24. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes, responsabilizando-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

11.8.25. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 05 anos após a extinção do contrato.

12. DOS DIREITOS AUTORAIS

12.1. A CONTRATADA cede à PREFEITURA os direitos autorais patrimoniais de uso das idéias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência do CONTRATO.

12.2. Os direitos são cedidos de forma total e definitiva, para uso no Brasil ou em qualquer outro país do mundo.

12.2.1. Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pela PREFEITURA em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.

12.2.2. Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

12.2.3. A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

12.2.4. A PREFEITURA será a única proprietária das peças e demais



materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento do CONTRATO, sejam estes passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.

12.3. É garantida à PREFEITURA a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos originalmente de titularidade da CONTRATADA e dos funcionários desta, sobre os resultados da execução do CONTRATO, ressalvados os direitos autorais e conexos de terceiros.

BRIEFING

1 - INTRODUÇÃO

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

2 - OBJETIVOS INSTITUCIONAIS

Dar total transparência aos atos e fatos atinentes à Administração Municipal;
- Estimular a participação popular nos assuntos que envolvam políticas públicas e prioridades sociais; - Contribuir para o conhecimento e a compreensão das ações do governo municipal; - Disseminar informações de interesse dos diversos segmentos sociais, que envolvam políticas de interesse dos munícipes; - Divulgar de forma institucional as obras e conquistas da administração; - Promover o entrosamento entre o poder público e a população.

3 - DA DEMANDA DE COMUNICAÇÃO

Planejamento, criação, apresentação, produção e execução de um Plano de Comunicação Publicitária abrangendo serviços de publicidade e propaganda com caráter educativo, informativo ou de orientação social; Realização de publicidade institucional, divulgando as informações sobre atos e programas da Prefeitura Municipal de Lavras; Prestação de serviços publicitários incluindo planejamento, criação de peças e campanhas, produção, edição,



diagramação, arte final, divulgação e veiculação em jornais, revistas, rádios, televisão, outdoors e internet, locais e regionais; Divulgação de palestras, seminários, conferências e solenidades através de folders, informativos, cartazes ou convites; Elaboração de expressões de propaganda e outros elementos de propaganda visual – fotografia, desenhos, charges, artes gráficas para banners, inclusive peças aplicáveis em páginas da Internet; Produção e veiculação de spots por meio de radiodifusão (AM/FM) e TV, distribuídos em diversos horários, e inserções em emissora de TV com recepção local. Além das atividades básicas citadas acima, são incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas; à criação e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados; à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

4 – PERFIL DO MUNICÍPIO

Campanha: Serviços de Saúde

Atenção Primária, Secundária e Terciária Conforme o Edital de Concorrência nº 010/2022, as agências proponentes deverão desenvolver Raciocínio Básico, Ideia Criativa, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia, com base no seguinte briefing:

O presente briefing consiste de informações e instruções destinadas às agências de publicidade que se interessem em participar do procedimento licitatório, na modalidade Concorrência, do tipo técnica e preço para a contratação de serviços de comunicação publicitária a serem prestados conforme incisos II e III, do Art. 6º, da Lei n.º 12.232, de 29 de abril de 2010.

Dentro dos princípios que o Município de Lavras assume inderrogáveis, de absoluta legalidade, total transparência de conduta, indeclinável austeridade e retidão ao conduzir os negócios públicos, o procedimento que este projeto básico inaugura conformar-se-á aos lindes estabelecidos pelos seguintes marcos normativos.

O QUE QUEREMOS COMUNICAR?

A Prefeitura de Lavras busca uma proposta de campanha publicitária que estimule os cidadãos a procurarem os serviços de saúde seguindo o fluxo correto (atenção primária, secundária e terciária), evitando que o desvio reflita em morosidade nos atendimentos da rede.



A QUEM SE DESTINA ESTA MENSAGEM?

O público-alvo são todos os moradores da cidade de Lavras, incluindo os de bairros mais distantes. Não só em um contexto pandêmico, mas também em outros cenários, o objetivo é fazer com que o cidadão busque o atendimento que necessita exatamente na unidade de saúde em que ele terá o resultado esperado.

O QUE SE ESPERA DA PROPOSTA?

A Prefeitura Municipal de Lavras espera receber de cada licitante uma proposta de campanha de comunicação publicitária que dê visibilidade global, incluindo centro e todos os bairros.

LINGUAGEM:

A linguagem deve ser atual e próxima do estilo coloquial. O perfil das pessoas que buscam os serviços públicos de assistência à saúde é, em sua maioria, de renda média a baixa. Portanto, deve-se evitar o padrão de linguagem elitista. Devemos optar por linguagens que busquem mais envolvimento do público. Do ponto de vista da comunicação pública é fundamental a redução de assimetrias, ou seja, quanto mais acessível for a linguagem, de fácil entendimento e próxima do estilo coloquial, mais chances da mensagem ser bem compreendida pelo conjunto dos Lavrenses. Entretanto, devemos evitar expressões chulas, de baixo calão ou de qualquer natureza discriminatória, ofensiva ou que cause qualquer tipo de constrangimento aos públicos aos quais a mensagem se destina. A Prefeitura de Lavras valoriza a tradição e ao mesmo tempo busca uma sintonia com o tempo e, por isso, a linguagem da campanha também deve ser atual.

VERBA: R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais). Prazo: 60 dias

PEÇAS: um logotipo; um slogan para a campanha; Repertório de peças de qualquer tipo, desde que respeitem o limite máximo de 10 peças. O Logotipo e o slogan serão considerados cada um, uma peça diferente. Sendo assim, as licitantes ficam livres para escolherem as oito peças restantes.

PARA CONHECIMENTO VOCÊ SABE COMO SÃO DIVIDIDOS OS ATENDIMENTOS DA SAÚDE?

- ATENÇÃO PRIMÁRIA O QUE É?

É a organização para atender maior parte das necessidades de uma população de forma regionalizada, contínua e sistematizada. Isso é feito integrando ações preventivas e curativas no atendimento a indivíduos e comunidades.



Onde é feito este atendimento?

Unidades Básicas de Saúde e Unidades de Promoção à Saúde.

Quais serviços são oferecidos?

Exames, acolhimento, puericulturas, vacinação, prevenção, atendimento de pré-natal, saúde bucal, atividades de promoção e prevenção à saúde, visitas domiciliares e atendimentos de maneira geral.

- ATENÇÃO SECUNDÁRIA

O QUE É?

São os serviços especializados encontrados em hospitais e ambulatórios. Onde é feito este atendimento? Centros de Especialidades Médicas (CEM), UPAS ou Pronto Atendimentos/PA, Centro de Especialidades Odontológicas (CEO) e Centros de Saúde Mental/CAPS.

Quais serviços são oferecidos?

Pediatria, Cardiologia, Neurologia, Ortopedia, Psiquiatria, Ginecologia e outras especialidades médicas.

- ATENÇÃO TERCIÁRIA O QUE É?

Urgência O paciente não apresenta risco de morte iminente, mas que pode evoluir para complicações mais graves, sendo necessário o encaminhamento para o plantão hospitalar.

Emergência

O paciente necessita de assistência médica imediata, pois a situação implica em risco, sendo último nível de atenção à saúde possui, entre todos, o maior grau de especificidade e complexidade



ANEXO II
PROPOSTA COMERCIAL
CONCORRÊNCIA 010/2022

À Prefeitura Municipal de Lavra/MG
Concorrência n.º xxx/2022
Processo n.º XXX/2022

Objeto: Contratação de agência de publicidade para prestação de serviços na elaboração e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, conforme as condições e especificações constantes deste edital e de seus anexos.

A empresa, inscrita no CNPJ/MF sob o n.º....., inscrição estadual n.º, estabelecida à Av./Rua..... n.º, bairro, na cidade de, telefone e-mail, vem pela presente apresentar abaixo sua proposta de preços para, de acordo com as exigências do presente edital e seus anexos.

1) Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência n.º xxx/2022 promovida pela Prefeitura Municipal de Lavras, serão cobrados os seguintes honorários:

a) Honorários de% (.....) sobre os custos internos de produção da contratada, apurados em relação à tabela vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do estado de Minas Gerais;

b) Em decorrência dos trabalhos de criação e produção interna, será aplicada a Tabela Referencial de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente quando da prestação dos serviços correspondentes, com um desconto de% (..... por cento), nos termos do subitem 3.6.2 das Normas Padrão do CENP, para remunerar a contratada nos casos em que a sua responsabilidade se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, a serem calculados sobre o valor respectivo. O percentual apresentado para honorários deverá ser de no mínimo 5% (cinco por cento) e no Máximo 10% (dez por cento)

2) O preço proposto contempla todos os custos e despesas necessários à plena execução do serviço, tais como de pessoal e de administração e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear da Prefeitura Municipal de Lavras a esse título.



GOVERNO DE
LAVRAS

GESTÃO 2021/2024

3) Declaramo-nos cientes de que a Prefeitura Municipal de Lavras procederá a retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

4) Prazo validade da proposta comercial:..... **(mínimo 60)** sessenta dias, contados a partir da data da abertura da proposta comercial.

5) Forma de Pagamento: Os pagamentos serão efetuados através de depósito bancário no prazo de até 30 (trinta) dias contados da data da entrega das Notas Fiscais/Faturas devidamente aprovadas pela Secretaria da Fazenda e Planejamento;

6) Declaramos submissão a todas as cláusulas e condições do Edital relativo à licitação supra, bem como às disposições da Lei Federal nº. 8.666/93, que integrarão o ajuste correspondente

NOME DO BANCO:..... Nº

NOME DA AGÊNCIA:..... Nº

NÚMERO DA CONTA:

Local e data

Nome e Cargo:

E-mail institucional:

E-mail pessoal:

Assinatura de sócio/proprietário ou

Representante legal/

-carimbo da empresa



GOVERNO DE
LAVRAS

GESTÃO 2021/2024

ANEXO III

MODELO DE PROCURAÇÃO

Pelo presente instrumento, _____ (identificação da empresa, CNPJ, endereço) por seu representante legal abaixo assinado, CREDENCIA o Sr. _____, portador da Cédula de Identidade n °

_____, expedida pelo _____, inscrito no CPF sob o n° _____, conferindo-lhe poderes para representá-la perante a prefeitura de Lavras na sessão pública da Concorrência **n° 010/2022** – o qual está autorizado a requerer vistas de documentos e propostas, manifestar-se em nome da empresa, negociar a redução de preços, desistir e interpor recursos, rubricar documentos e assinar atas, prestar todos os esclarecimentos solicitados pelo presidente da CPL, enfim, praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, em nome da outorgante.

[Local] _____, de _____ de _____.

(Nome do Representante Legal – Cargo)

**APRESENTAR PARA COMISSÃO DE LICITAÇÃO NO CREDENCIAMENTO
FORA DOS ENVELOPES**



GOVERNO DE
LAVRAS

GESTÃO 2021/2024

ANEXO IV

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATOS IMPEDITIVOS

(Nome da
empresa).....,
CNPJ nº....., sediada
(endereço
completo).....,
declara, sob as penas da Lei, que até a presente data inexistem fatos
impeditivos para a sua habilitação no presente processo licitatório, ciente da
obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

Local e data.

(nome e número da identidade do declarante)

**APRESENTAR PARA COMISSÃO DE LICITAÇÃO NO CREDENCIAMENTO
FORA DOS ENVELOPES**



GOVERNO DE
LAVRAS

GESTÃO 2021/2024

ANEXO V

**DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DO DISPOSTO NO ART. 27, V, DA LEI Nº
8.666/93**

(Nome da
empresa).....
inscrita no CNPJ sob o nº....., por
intermédio de seu representante legal....., portador(a) da Carteira
de Identidade nº..... e inscrito no CPF sob o
nº....., declara, sob as penas da lei, para fins do disposto no
art. 27, V, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, acrescido pela Lei nº
9.854, de 27 de outubro de 1999, que não emprega menor de dezoito anos em
trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e não contrata menor de dezesseis
anos, salvo na condição de menor aprendiz.

Local e data.

.....
(Representante legal)

(Observação: em caso afirmativo, assinalar a ressalva acima)



APRESENTAR DENTRO DO ENVELOPE DE HABILITAÇÃO

ANEXO VI

**MODELO DE DECLARAÇÃO OBRIGATORIA DE ENQUADRAMENTO
COMO MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE PARA
FRUIÇÃO DOS BENEFÍCIOS DA LEI COMPLEMENTAR Nº 123/2006**

**(A SER ENTREGUE EM SEPARADO DOS ENVELOPES, JUNTO COM O
CREDENCIAMENTO)**

A empresa.....inscrita no CNPJ nºestabelecida na...através de seu contador.....CRC nº.....DECLARA, para os devidos fins do disposto na Lei Complementar nº 123/2006, sob as sanções administrativas cabíveis e sob as penas da lei, que esta empresa, na presente data, enquadra-se como:

() - **MICROEMPRESA**, conforme inciso I do artigo 3º da Lei Complementar nº 123, de 14/12/2006;

() - **EMPRESA DE PEQUENO PORTE**, conforme inciso II do artigo 3º da Lei Complementar nº 123, de 14/12/2006;

() - **COOPERATIVA**, conforme disposto nos artigos 42 à 45 da Lei Complementar 123, de 14/12/2006 e artigo 34 da Lei 11.488 de 15 de junho de 2007;

Declara, ainda, que a empresa está excluída das vedações constantes do parágrafo 4º do artigo 3º da Lei Complementar nº 123 de 14/12/2006.

Assinatura do Responsável da Empresa



ANEXO VII
DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA
CONCORRÊNCIA Nº 010/2022

_____ (*representante do licitante*), portador da Cédula de Identidade RG nº _____ e do CPF nº _____, como representante devidamente constituído de _____ (*identificação do licitante*), inscrita no CNPJ nº _____, doravante denominado (*Licitante*), para fins do disposto no Edital da presente Licitação, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

- (a) a proposta apresentada para participar da presente Licitação foi elaborada de maneira independente (pelo Licitante), e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato da presente Licitação, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- (b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar da presente Licitação não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da presente Licitação, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- (c) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato da presente Licitação quanto a participar ou não da referida licitação;
- (d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar da presente Licitação não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato da presente Licitação antes da adjudicação do objeto da referida licitação;



GOVERNO DE
LAVRAS

GESTÃO 2021/2024

(e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar da presente Licitação não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do órgão licitante antes da abertura oficial das propostas; e

(f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

Município de _____, em ____ de _____ de _____

(assinatura do representante legal do Licitante)

NO ENVELOPE DE PROPOSTA COMERCIAL



ANEXO VIII
DECLARAÇÃO ESPECIAL

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 239/2022
CONCORRÊNCIA Nº 010/2022

Ao Município de LAVRAS Prezados Senhores, A empresa , inscrita no CNPJ sob o nº , por meio de seu representante legal, senhor (a) , portador (a) da Cédula de Identidade nº , expedida pelo , inscrito no CPF sob o nº , DECLARA, sob as penalidades da Lei, para fins de licitação, CONCORRÊNCIA Nº xxx/2022:

- a) Que recebeu e estudou todos os documentos inerentes à presente competição e tomou conhecimento integral do teor do edital de licitação supracitado, sujeitando-se às disposições nele contidas;
- b) Que adota medidas e ações destinadas a evitar ou corrigir danos ao meio ambiente, segurança e medicina do trabalho, que possam vir a ser causados na execução do objeto desta licitação.
- c) Que na composição societária não existe participação de dirigentes ou servidores do Município de Lavras/MG.

Data.....

Atenciosamente,

(Assinatura do representante)



GOVERNO DE
LAVRAS

GESTÃO 2021/2024

NO ENVELOPE DE HABILITAÇÃO

ANEXO IX

DECLARAÇÃO DE TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS EDITAL DE LICITAÇÃO

PROCESSO LICITATÓRIO N°
CONCORRÊNCIA N°

Ao Município de LAVRAS Prezados Senhores,

A empresa , inscrita no CNPJ sob o n° , por meio de seu representante legal, senhor (a) , portador (a) da Cédula de Identidade n° , expedida pelo , inscrito no CPF sob o n° , em relação a questão dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, declara que:

a) para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, arte finalização e assemelhados) ou conexos, a inteira e exclusiva responsabilidade (por si ou por terceiros), garantimos ao Município de a cessão total dos direitos de uso, por tempo ilimitado inclusive diante da possibilidade de reclamações futuras, nos termos da Lei 9.610/98;

b) para os direitos de imagem (atores e modelos) e para os direitos de uso de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de utilização do material, pelo Município de Lavras, com a definição de percentual do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso;

c) adotaremos o compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos;

d) o compromisso de que em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros - solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado 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 as entidades escolham uma das opções;

e) que nos casos de cessão de direitos por tempo limitado, condicionará a contratação de serviços com terceiros pelo período indicado pelo Município de Lavras, e que utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de



GOVERNO DE
LAVRAS

GESTÃO 2021/2024

cessão;

f) o compromisso, quando a entidade optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, de fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços.

Atenciosamente,

Data.....

(Assinatura do representante legal da empresa)

A SER ENTREGUE DENTRO DO ENVELOPE DE HABILITAÇÃO



GOVERNO DE
LAVRAS

GESTÃO 2021/2024

ANEXO X

MINUTA DO CONTRATO

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

Nº ____/2022, QUE ENTRE SI
CELEBRAM O

MUNICÍPIO DE LAVRAS E A
EMPRESA

_____ ,

Pelo presente Instrumento e na melhor forma de direito, de um lado, **MUNICÍPIO DE LAVRAS**, pessoa jurídica de direito público interno, CNPJ/MF nº18.244.376/0001-07, sediado administrativamente à Av. Sylvio Menicucci, n.º 1575, Bairro Presidente Kennedy, na cidade de Lavras, MG, neste ato representado pela..... da XXX, Sra. XXX, portador da Carteira de Identidade MG XXX e inscrito no CPF/MF sob o nº XXX e Sra. XXX, da xxxxxxxx, portador da Carteira de Identidade MG XXX e inscrito no CPF/MF sob o nº XXX doravante denominado simplesmente CONTRATANTE, e, de outro lado, a empresa XXXXXX, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nºXXX, com sede na Rua XXX, nº XXX0, no município de XXX, Cep: XXX, representada pelo Sr. XXX portador da cédula de Identidade XXX e inscrito no CPF sob o nº XXXX, neste ato denominada simplesmente CONTRATADA; tendo em vista o que consta no Processo Licitatório n.º XX/2022, referente ao Edital da CONCORRÊNCIA Nº XX/2022, resolvem celebrar o presente **CONTRATO**, nos termos da Lei 8.666/1993 e 12.232/2010 mediante condições e cláusulas a seguir estabelecidas:



CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1.1. O presente contrato tem por objeto a prestação de serviços de publicidade envolvendo o estudo, concepção, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da entidade promotora da licitação.

1.2. Os serviços de publicidade e propaganda acima mencionados compreenderão:

a) Estudo do conceito, ideia, produto, marca ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas aos seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e à sua Concorrência.

b) Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontre melhor possibilidade de assimilação;

c) Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes;

d) Exame do sistema de distribuição e comercialização, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas ao público, ao mercado e à Concorrência ;

e) Prospecção, concepção, planejamento, execução e distribuição de campanhas e peças publicitárias e de relacionamento;

f) Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens e peças (criação), a produção interna e o estudo dos meios e veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de mídia);

g) Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (execução de mídia), e no pagamento das faturas;

h) Prospecção, concepção, planejamento, execução, distribuição e controle de veiculação de programas e campanhas publicitárias institucionais e mercadológicas para os produtos e serviços;

i) Controle das inserções publicitárias, sem ônus para a entidade Contratante, nos veículos de divulgação, tais como: jornal impresso, jornal on-line, programas de tv, programas de rádio, entre outros.

1.3. Os serviços afetos à concepção e criação das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação.



1.4. A agência também deverá absorver os custos dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, disponíveis no mercado necessários à prestação de serviços de controle da verba do anunciante.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO PREÇO E DA FORMA DE PAGAMENTO

2.1. O preço total do presente contrato é estimado em R\$ ().

2.2. O valor a ser pago, será apurado calculando-se:

2.2.1. O percentual de % () de desconto sobre a tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, para os serviços que são executados pelo pessoal e/ou com recursos próprios da Agência, com exclusivamente custos internos, sem envolvimento de terceiros;

2.2.2. O percentual de % () de honorários incidentes sobre os custos de serviços de terceiros (externos), referente à elaboração de peças e materiais, com o envolvimento de trabalhos pela Agência;

2.2.3. O percentual de % () de honorários incidentes sobre os custos de outros serviços, a cuja produção seja incumbida a terceiros, e o serviço da agência limitar-se exclusivamente contratação ou pagamento do serviço ou suprimento;

2.3. As faturas/notas fiscais que apresentarem incorreções serão devolvidas ao emitente e seu vencimento ocorrerá 10 (dez) dias após a data de sua reapresentação.

2.4. O pagamento das faturas/notas fiscais, seguirão a estrita ordem cronológica das datas de suas exigibilidades, e só será efetuado mediante a comprovação de regularidade das certidões negativas de débito perante a Fazenda Federal, Estadual, Municipal, além daquelas relativas ao FGTS e Débitos Trabalhistas – CNDT, relativamente à competência imediatamente anterior aquela a que se refere a remuneração auferida.

2.4.1. Na hipótese de constar pendência de débito para emissão de algumas das certidões, será o Contratado notificado para providenciar a regularização no prazo de 30 (trinta) dias, sob pena de rescisão do Contrato e aplicação das penalidades previstas na Cláusula 23 do Edital e Cláusula Décima Segunda deste Contrato, podendo o Contratante, nesse caso, convocar os demais licitantes para prestação do serviço, observada a ordem de classificação, os requisitos de habilitação e desde que aceitas as mesmas condições oferecidas pelo licitante vencedor, inclusive quanto ao preço, devidamente corrigido.

2.4.2. Caso o convocado não atenda às condições descritas no item anterior, o Contratante convocará os demais licitantes classificados, procedendo-se à mesma análise e negociação. Não havendo êxito na negociação, os



fornecedores classificados serão liberados do compromisso e o Contrato rescindido.

2.5. Dos pagamentos devidos ao Contratado, serão descontados os valores de multa ou eventuais débitos daquele para com o Contratante, referentes a qualquer contrato entre as mesmas partes, sem obrigatoriedade de prévio aviso.

2.6. Havendo pagamentos a eventuais subcontratadas, estas deverão apresentar os documentos do item 2.4.

2.7. O CONTRATANTE efetuará o pagamento pelos serviços objeto deste contrato, desde que previamente autorizados e após comprovada a sua efetiva realização, em até 30 (trinta) dias após apresentação dos respectivos documentos legais de cobrança.

2.7.1. Será lavrado Termo de Aceitação de Serviço, assinado pelo responsável designado pelo CONTRATANTE para a fiscalização do contrato.

2.8. A Nota Fiscal/Fatura de quaisquer fornecedores será emitida em nome da Prefeitura Municipal de Lavras, e entregue aos cuidados do CONTRATADO para faturamento.

2.8.1. A Nota Fiscal/Fatura deverá ser emitida em moeda corrente do país, isenta de erros.

2.8.2. O CONTRATADO deverá discriminar em sua Nota Fiscal/Fatura o nome e o número da Nota Fiscal/Fatura do fornecedor, bem como a discriminação dos serviços prestados.

2.8.3. O faturamento deverá vir acompanhado:

- a) Do comprovante da prestação de serviços;
- b) Da Nota Fiscal/Fatura do fornecedor com a discriminação obrigatória do período da prestação de serviços;
- c) Da autorização devidamente assinada pelo servidor responsável;
- d) Do Termo de Aceitação de Serviço assinado pelo servidor responsável.

2.9. No caso dos serviços não estarem de acordo com as especificações técnicas e demais exigências do CONTRATANTE, fica ele desde já autorizado a reter o respectivo pagamento, até que sejam processadas as alterações e retificações determinadas.

2.10. Os documentos de cobrança deverão ser corretamente emitidos e no caso de incorreção, serão devolvidos, e o prazo para pagamento contar-se-á da data de reapresentação da fatura/nota fiscal.



2.11. Dos pagamentos devidos ao Contratado, serão descontados os valores de multa ou eventuais débitos daquele para com a administração, referentes a qualquer contrato entre as mesmas partes, sem obrigatoriedade de prévio aviso.

2.12. Nos casos de eventuais atrasos de pagamento não justificados, provocados exclusivamente pelo Contratante, o valor devido deverá ser acrescido de atualização financeira, e sua apuração se fará desde a data de seu vencimento até a data do efetivo pagamento, em que os juros de mora serão calculados à taxa de 0,5% (meio por cento) ao mês, ou 6% (seis por cento) ao ano, mediante aplicação da seguinte fórmula:

$$I = (TX/100)$$

$$EM = I \times N \times VP, \text{ onde:}$$

I = Índice de atualização financeira;

TX = Percentual da taxa de juros de mora anual;

EM = Encargos moratórios;

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

VP = Valor da Parcela em atraso;

CLÁUSULA TERCEIRA – DO REAJUSTAMENTO

3.1. Por força das Leis Federais nº 9.069/95 e 10.192/2002, o valor deste Contrato será reajustado mediante iniciativa do Contratado, desde que observado o interregno mínimo de 1 (um) ano, a contar da data limite para a apresentação da proposta ou do último reajuste, tendo como base a variação de índice oficial.

3.2. Decorrido o prazo acima estipulado, os preços unitários serão corrigidos monetariamente pelo INPC (IBGE) ou outro índice que venha a substituí-lo por força de determinação governamental.

3.3. A aplicação do índice dar-se-á de acordo com a variação acumulada do INPC (IBGE) ocorrida nos 12 (doze) meses imediatamente anteriores.

CLÁUSULA QUARTA – DA DOTAÇÃO

4.1. As despesas decorrentes do presente contrato correrão à conta da dotação orçamentária **FICHA: 354/1023**

DOTAÇÃO: 02.13.01.122.0001.2182.3.3.90.39.00

02.30.01.04.131.0005.2003.3.3.90.39.00



FONTE: 102/200

CLÁUSULA QUINTA – DA VIGÊNCIA

5.1. O presente contrato entrará em vigor na data de sua assinatura e encerrar-se-á em __/__/__.

5.2. A prorrogação do prazo contratual poderá ocorrer, a critério do Contratante, nos termos da Lei Federal nº 8.666/93.

CLÁUSULA SEXTA – DA NOVAÇÃO

6.1. Toda e qualquer tolerância por parte do Contratante na exigência do cumprimento do presente contrato, não constituirá novação, nem muito menos a extinção da respectiva obrigação, podendo a mesma ser exigida a qualquer tempo.

CLÁUSULA SÉTIMA – DA FISCALIZAÇÃO

7.1. Não obstante o fato de o Contratado ser o único e exclusivo responsável pelo fornecimento do objeto deste, a Administração, através de sua própria equipe, sem restringir a plenitude dessa responsabilidade, exercerá a mais ampla e completa fiscalização no recebimento do objeto, em condições especificadas no presente.

CLÁUSULA OITAVA – DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES

São obrigações das partes:

8.1 – DO CONTRATANTE: a) Prestar ao Contratado todos os esclarecimentos necessários à execução do Contrato.

b) Acompanhar e fiscalizar o cumprimento do objeto do contrato.

c) Efetuar o pagamento na forma e prazo previstos na Cláusula 2ª deste instrumento.

8.2 – DO CONTRATADO:

8.2.1. Apresentar-se em local, dia e hora, para a execução dos serviços, objeto da presente licitação, sempre que solicitada pelo CONTRATANTE e entregar as peças e/ou serviços publicitários dentro dos prazos estabelecidos pela mesma.

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

8.2.3. Responsabilizar-se por todos os serviços especificados neste contrato, de modo a garantir sua plena execução, utilizando equipamentos adequados e pessoal técnico qualificado.



8.2.4. Responder por danos dolosos ou culposos causados aos bens do Município, à sua imagem ou de terceiros, por seus funcionários e/ou terceiros que estejam trabalhando sob sua orientação.

8.2.5. Reparar, às suas expensas, os serviços rejeitados pelo Contratante, efetuados em discordância prévia com o estabelecido pela Assessoria de Imprensa e Relações Públicas do Município de Lavras.

8.2.6. Manter as condições de habilitação durante a vigência do contrato.

8.2.7. Para a realização dos serviços, objeto do presente contrato, o Contratado apresentará orçamento prévio para o CONTRATANTE analisar o conteúdo e preço, devendo estar compatível com o praticado no mercado.

8.2.8. O serviço só será realizado após aprovação da Assessoria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Lavras.

8.2.9. Apresentar as peças e/ou serviços publicitários dentro dos prazos estabelecidos pelo Contratante.

8.2.10. Responsabilizar-se pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais decorrentes da execução dos serviços.

8.2.11. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica da Concorrência que deu origem a este ajuste) na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo CONTRATANTE;

8.2.12. Envidar todos os esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a terceiros e transferir, integralmente, ao CONTRATANTE, todas e quaisquer vantagens referentes a produção e veiculação;

8.2.13. Repassar ao CONTRATANTE todos os descontos e favorecimentos financeiros obtidos no desenvolvimento de seu trabalho, reconhecendo que sobre estes valores não incidirá a Comissão do CONTRATADO;

8.2.14. Solicitar prévia autorização ao CONTRATANTE, quando houver necessidade de contratação de pessoas (artistas, técnicos, etc.) não pertencentes ao seu quadro de colaboradores;

8.2.15. Solicitar prévia autorização do CONTRATANTE, quando no desenvolvimento dos trabalhos aqui contratados, for necessária a realização de quaisquer despesas extraordinárias;

8.2.16. Efetuar e apresentar, antes das subcontratações, cotações de preços para aquisição de suprimentos, com pelo menos 03 (três) fornecedores, remetendo ao CONTRATANTE para prévio exame e aprovação.



8.2.17. Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, 03 (três) propostas, observando sempre que, se não houver possibilidade de obter 03 (três) propostas, o CONTRATADO deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito. As propostas devem conter elementos mínimos de identificação da proponente, tais como o nome da empresa, endereço, CNPJ, nome completo, RG e CPF do responsável pela proposta, data e assinatura;

8.2.18. Acompanhar, sistematicamente, a regularidade fiscal dos fornecedores junto a Fazenda Federal, a Seguridade Social (INSS) e a Caixa Econômica Federal (FGTS);

8.2.19. Obter a aprovação prévia e expressa do CONTRATANTE para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato;

8.2.20. Submeter a subcontratação de terceiros, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência do CONTRATANTE; e nos casos em que o CONTRATANTE proceder à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos do mercado e rejeitá-los, providenciar novos fornecedores;

8.2.21. Produzir e entregar ao CONTRATANTE, após a aprovação do serviço pelo CONTRATANTE, uma cópia em DVD de cada filme para TV, uma cópia de spots e jingles de rádio bem como digitalizar todas as peças produzidas. Quando solicitado pelo CONTRATANTE, entregar em meio digital quaisquer peças gráficas produzidas para o CONTRATANTE em formato de arquivo aberto;

8.2.22. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta, etc.) aprovadas pelo CONTRATANTE;

8.2.23. Entregar ao CONTRATANTE, até o dia 10 do mês subsequente, um relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação de seu estágio;

8.2.24. Transferir ao CONTRATANTE o desconto de antecipação de pagamento, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado;

8.1.25. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários do CONTRATADO pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pelo próprio CONTRATADO ou por terceiros por ela contratados;



8.1.26. Prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam o CONTRATADO, independentemente de solicitação;

8.1.27. Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato que envolva o nome do CONTRATANTE, somente mediante sua prévia e expressa autorização;

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

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

8.1.30. Comunicar ao CONTRATANTE e obter sua aprovação, quando da contratação de serviços ou compra de material de empresas em que o CONTRATADO ou seus empregados tenham, direta ou indiretamente participação societária, ou qualquer vínculo comercial;

8.1.31. Apresentar a atualização, a cada 180 dias, da Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) referida na Lei nº 12.440 de 07.07.2011;

8.1.32. Disponibilizar um profissional para realizar uma reunião presencial em LAVRAS de 15 em 15 dias com a assessoria de comunicação, em hora e local previamente agendada, para tratar sobre as demandas em andamento, ou seja, duas reuniões presenciais por mês;

8.1.33. O CONTRATADO deverá enviar todas as notas fiscais referentes aos serviços prestados em determinado mês até (no máximo) o quinto dia útil do mês subsequente, juntamente com uma tabela que apresente o número da nota fiscal e a descrição de cada serviço presente naquele envelope. Isso significa que à medida que os trabalhos forem sendo produzidos, a empresa já deve enviar as NFs sendo que o prazo final é o quinto dia útil do mês seguinte;

CLÁUSULA NONA - DOS DIREITOS AUTORAIS

9.1. A CONTRATADA cede à PREFEITURA os direitos autorais patrimoniais de uso das idéias (incluindo estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste CONTRATO.

9.2. Os direitos são cedidos de forma total e definitiva, para uso no Brasil ou em qualquer outro país do mundo.



9.2.1. Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pela PREFEITURA em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.

9.2.2. Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

9.2.3. A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

9.2.4. A PREFEITURA será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento deste CONTRATO, sejam estes passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.

9.3. É garantida à PREFEITURA a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos originalmente de titularidade da CONTRATADA e dos funcionários desta, sobre os resultados da execução deste CONTRATO, ressalvados os direitos autorais e conexos de terceiros.

CLÁUSULA DÉCIMA - DO SIGILO E CONFIDENCIALIDADE.

10.1 A CONTRATADA compromete-se a manter sigilo e confidencialidade de todo o teor das informações a que tiver acesso por força deste Contrato, inclusive e especialmente, ao know how eventualmente utilizado na prestação dos serviços, sob pena de responder pelos danos e prejuízos decorrentes da divulgação indevida.

10.2 Entende-se por informações confidenciais ou privilegiadas todas as informações e documentos de quaisquer espécies, que sejam entregues a **CONTRATADA** pela PREFEITURA DE LAVRAS, por sua coordenadora, fiscal do contrato, procuradoria, contabilidade, representantes e empregados e que estejam relacionados aos negócios das Partes ou aos negócios de seus parceiros, fornecedores e associados.

10.3 Para fins deste Instrumento, entende-se por know how o conhecimento não protegido por patentes ou qualquer outro direito de propriedade de acesso, extremamente restrito, passível de ser retransmitido e que, quando aplicado ao processo produtivo ou execução de serviços a que se destina, implique vantagem para o seu titular.

10.4 A CONTRATADA deverá instruir todos aqueles a quem fornecerem acesso às informações confidenciais da Prefeitura de Lavras sobre a obrigação



de sigilo e de não divulgação ora assumidas.

10.5 A CONTRATADA, em virtude do acesso que terá às informações privilegiadas ou confidenciais, obriga-se a:

- a) Não permitir o acesso às referidas informações confidenciais a terceiros não credenciados pela prefeitura, incluindo apenas na extensão necessária para permitir a concretização do objeto deste Contrato;
- b) Não utilizar qualquer das informações, exceto para os fins previstos no objeto deste Contrato;
- c) Manter a maior confidencialidade possível em relação às informações recebidas, inclusive zelando, com rigor, para que não haja circulação de cópias, e-mails, fax ou outras formas de comunicação privada ou pública das informações, além da estritamente necessária para o cumprimento do objeto deste Contrato.

10.6 A CONTRATADA reconhece que todas as informações confidenciais fornecidas constituem propriedade exclusiva da prefeitura municipal de Lavras, e que sua revelação não implica, de forma alguma, licença, autorização, concessão, cessão, transferência expressa ou tácita ou implícita.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA RESCISÃO

11.1. O Contratante poderá rescindir o Contrato, independente de interpelação judicial ou extrajudicial e de qualquer indenização, nos seguintes casos:

- a. O não cumprimento ou o cumprimento irregular de cláusulas contratuais, especificações ou prazos, por parte do CONTRATADO;
- b. A decretação de falência ou a instauração de insolvência civil do CONTRATADO;
- c. Razões de interesse público ou na ocorrência das hipóteses do art. 78 do Estatuto das Licitações;
- d. A ocorrência de caso fortuito ou de força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução do Contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

12.1. Em caso de inexecução parcial ou total das condições fixadas no contrato, erros ou atrasos no cumprimento do contrato, infringência do art.



71 da Lei Federal 8.666/93 e quaisquer outras irregularidades, a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar ao Contratado as seguintes sanções:

12.1.1. Advertência;

12.1.2. Multa, conforme os percentuais definidos a seguir:

12.1.2.1. 0,3% (três décimos por cento) por dia, até o 10o (décimo) dia de atraso na prestação do serviço, sobre o valor do saldo do contrato, por ocorrência;

12.1.2.2. 10% (dez por cento) sobre o valor do saldo do contrato, no caso de atraso na prestação do serviço superior a 10 (dez) dias, com a consequente rescisão contratual, quando for o caso;

12.1.2.3. 15% (quinze por cento) sobre o valor do contrato, nos seguintes casos:

- a) Inobservância do nível de qualidade dos serviços;
- b) Transferência total ou parcial do contrato a terceiros;
- c) Subcontratação no todo ou em parte do objeto sem prévia autorização formal do Contratante;
- d) Descumprimento de cláusula contratual.

12.2. Suspensão temporária do direito de participar de licitação e impedimento de contratar com a Administração, pelo prazo de até 2 (dois) anos;

12.3. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que o Contratante promova sua reabilitação.

12.4. O valor das multas aplicadas deverá ser pago por meio de guia própria ao Município de Lavras, no prazo máximo de 3 (três) dias úteis a contar da data da sua aplicação ou poderá ser descontado dos pagamentos das faturas devidas pelo Município, quando for o caso.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA PUBLICAÇÃO

13.1. O extrato do presente contrato será publicado no órgão de divulgação oficial do Contratante, que é o Diário Oficial do Município, conforme dispõe a Lei Orgânica Municipal, por conta do CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DO FORO

14.1. Fica eleito o foro da comarca de Lavras/MG, para solucionar quaisquer dúvidas quanto à execução do presente contrato. E, por estarem justas, as



GOVERNO DE
LAVRAS

GESTÃO 2021/2024

partes firmam o presente instrumento em 03 (três) vias de igual teor e forma, na presença das testemunhas abaixo.

Lavras/MG, de de 20.....

Pela CONTRATANTE:

Pela CONTRATADA:

TESTEMUNHAS:

Nome
CPF:

Nome:
CPF:



GOVERNO DE
LAVRAS
GESTÃO 2021/2024

ANEXO XI – TABELA SINAPRO/MG