



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

EDITAL DA CONCORRÊNCIA Nº 13/2022

PROCESSO: 160/2022

INTERESSADO: Município de Patos de Minas

OBJETO: Contratação de 01 (uma) Agência de Publicidade para a prestação de serviços técnicos de publicidade visando a elaboração de projetos e campanhas do Município de Patos de Minas.

TIPO: Melhor Técnica e Preço.

REGIME DE EXECUÇÃO: Empreitada por preço unitário, previsto na Lei n. 12.232/2010 e complementarmente pela Lei 8.666/93.

ENTREGA DOS INVÓLUCROS 1, 2, 3 e 4: até as **13:00 do dia 18/10/2022**, no Setor de Suprimentos e Controle Patrimonial, na sede administrativa do Município, na Rua Dr. José Olympio de Melo nº 151, bairro Eldorado, 1º andar, Patos de Minas/MG, CEP:38.700-900.

ABERTURA DOS INVÓLUCROS 1 e 3: **18/10/2022 às 13h00min**, na sala de Reunião de Licitações, Prefeitura Municipal de Patos de Minas, na Rua Dr. José Olympio de Melo nº 151, bairro Eldorado, 2º andar, Patos de Minas/MG, CEP:38.700-900.

INVÓLUCRO 5: Os documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnica e de Preço serão recebidos e abertos na data, hora e local a serem designados pela Comissão Permanente de Licitações.

FUNDAMENTO LEGAL: Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sendo o processo licitatório e a contratação regida diretamente pela Lei 12.232/2010 e complementarmente pelas Leis nº 4.680/65 e nº 8.666/93 e suas alterações. Lei Complementar nº 123 de 14/12/2006, alterada pela Lei Complementar 147/2014 e Decreto nº 3.360 de 16/08/2010.

O Município de Patos de Minas, através da Comissão Permanente de Licitações, nomeada pelo Exmo. Sr. Prefeito Municipal através da Portaria nº 4.585 de 13/01/2022, torna público, para conhecimento dos interessados, que realizará a licitação acima indicada e receberá os invólucros **1** (PROPOSTA TÉCNICA – Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada), **2** (PROPOSTA TÉCNICA – Plano de Comunicação Publicitária – via identificada), **3** (PROPOSTA TÉCNICA – Conjunto de Informações sobre a Proponente), **4** (PROPOSTA COMERCIAL) e **5** (DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO) na sala de Reunião de Licitações, na sede da Prefeitura Municipal, na Rua Dr. José Olympio de Melo, nº 151, 2º andar, Patos de Minas - MG.

O edital completo encontra-se no site do Município nos ícones: [Portal da Transparência e](#)



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

Licitações, bem como todas as publicações referentes a este procedimento licitatório e instruções suplementares, para efeitos legais.

1. DO OBJETO, VALOR DO CONTRATO E PRAZO

O MUNICÍPIO DE PATOS DE MINAS, por intermédio da Secretaria Municipal de Governo, torna público para conhecimento de quem possam se interessar, que fará realizar licitação da modalidade **CONCORRÊNCIA** do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, objetivando a contratação **de 01 (uma) agência de publicidade** para a prestação de serviços publicitários, na elaboração de projetos e campanhas para o MUNICÍPIO DE PATOS DE MINAS.

1.1.1. A soma das despesas com o contrato resultante desta Concorrência está estimada em R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais), pelos primeiros 12 (doze) meses, conforme serviços descritos no item 1 do Termo de Referência - Anexo I.

2. CONDIÇÕES GERAIS

2.1. A participação nesta Concorrência implica para a licitante:

- a) A aceitação plena e irrevogável das normas constantes do presente Edital e dos seus Anexos;
- b) A confirmação de que recebeu da Comissão o invólucro nº 1, bem como todos os documentos e informações necessárias à participação nesta licitação;
- c) A observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor;
- d) A responsabilidade pela veracidade das informações e dos documentos que apresentar durante a licitação;

2.2. Não poderão participar da licitação empresas:

- a) Suspensa de participar em licitação e impedida de contratar com a PREFEITURA;
- b) Declarada inidônea para licitar ou contratar com quaisquer órgãos da Administração Pública;
- c) Impedida de licitar e contratar com PREFEITURA;
- d) Com falência decretada;
- e) Em consórcio¹

¹ **NOTA EXPLICATIVA:** Considerando que é ato discricionário da Administração diante da avaliação de conveniência e oportunidade no caso concreto; considerando que os serviços não são complexos; considerando que existem no mercado empresas com potencial



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

- f) Enquadrada nas vedações previstas no artigo 9º da Lei 8.666/93.
 - g) Composta de deputados, senadores e vereadores que sejam proprietários, controladores ou diretores, conforme art. 54, II, “a”, c/c art. 29, IX, ambos da Constituição Federal 1988.
 - h) A participação de licitante com mais de uma proposta.
- 2.3. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das propostas e documentos de habilitação exigidos nesta Concorrência, independentemente da condução ou do resultado da licitação.
- 2.4. Não poderão participar da licitação as agências integrantes de um mesmo grupo – assim entendidas, para efeito deste edital, aquelas que tenham diretores ou sócios em comum.

3. EDITAL E ESCLARECIMENTO DE DÚVIDAS

- 3.1. O edital completo encontra-se no site do Município nos ícones: *Portal da Transparência e Licitações*.
- 3.2. Os pedidos de esclarecimentos não constituirão, necessariamente, motivos para que se altere a data e o horário da Reunião de Licitação, salvo se houver alteração material das propostas comerciais.
- 3.3. A solicitação de esclarecimento não deve utilizar termos que possam propiciar a identificação da proposta da licitante perante a Subcomissão Técnica, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária – invólucro 1.
- 3.4. A PREFEITURA dará conhecimento das consultas e respectivas respostas, exclusivamente por meio da internet, no site do Município nos ícones: *Portal da Transparência e Licitações*. Cabe às licitantes interessadas acessar o referido endereço para conhecer as consultas e as respectivas respostas.
- 3.5. As alterações do Edital que afetarem a formulação da proposta, bem como os questionamentos e esclarecimentos de dúvidas, estarão disponíveis no site da PREFEITURA.

4. IMPUGNAÇÃO AO EDITAL

- 4.1. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão Permanente de Licitação - CPL, a licitante que não se manifestar até 02 (dois) dias úteis anteriores à data da entrega das propostas, e o cidadão/entidade que não se manifestar até 05 (cinco) dias úteis anteriores à data da entrega das propostas, apontando as falhas ou irregularidades que o viciaram.
- 4.2. A impugnação deverá ser protocolizada fisicamente de segunda a sexta-feira, das 1200 h às 18:00 h no SETOR DE PROTOCOLO, na sede administrativa do Município, com

técnico, profissional e operacional, suficiente para atender satisfatoriamente às exigências previstas neste edital; entende-se que é conveniente a vedação de participação de empresas em “consórcio” nesta Concorrência.



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

endereço à Rua Dr. José Olympio de Melo, 151 – 1º Andar – Eldorado, em Patos de Minas–MG.

- 4.3. A impugnação tempestiva **NÃO** impede a licitante de participar da licitação, até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.
- 4.4. A impugnação também poderá ser enviada para o e-mail licitacoes@patosdeminas.mg.gov.br caso em que o original deverá ser apresentado no endereço do subitem 4.2, no prazo de cinco dias contados da recepção do e-mail, desde que a apresentação física da impugnação atenda o prazo indicado no subitem 4.1.
- 4.5. A apresentação de impugnação após o prazo estipulado no subitem 4.1 ou sem o protocolo do original, no caso do subitem 4.4 implica o seu recebimento como mera informação.

5. CREDENCIAMENTO DOS REPRESENTANTES

- 5.1. A licitante poderá designar apenas 01 (um) preposto para representá-la na reunião de licitação.
- 5.2. Nenhum preposto poderá representar mais de uma licitante.
- 5.3. O credenciamento do preposto será realizado mediante Instrumento Público ou Particular, ou Carta de Credenciamento, conforme modelo constante do Anexo VII deverá outorgar poderes para a prática de todos os atos pertinentes ao certame em nome da licitante e comporá os autos do processo licitatório.
- 5.4. Sendo o representante sócio, proprietário ou dirigente da empresa proponente, deverá apresentar cópia do respectivo Estatuto ou Contrato Social, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.
- 5.5. O credenciado deverá identificar-se exibindo o documento de identidade, ou outro legalmente equivalente, fora dos envelopes.
- 5.6. A licitante que não estiver devidamente representada nos termos descritos acima não terá sua participação prejudicada no certame, entretanto não poderá se manifestar formalmente.
- 5.7. Havendo substituição do representante credenciado no decorrer da licitação e caso haja interesse em designar outro credenciado, a licitante deverá apresentar novos documentos de representação.
- 5.8. Caso a licitante não deseje fazer-se representar na reunião de licitação, poderá encaminhar por meio de portador – na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital – os invólucros com a documentação exigida para a sua participação no certame.
- 5.9. **Não serão recebidos invólucros enviados por via postal.**

6. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

- 6.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do Anexo III e informações no item 14 do Termo de Referência - Anexo I.

7. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

- 7.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do Anexo III e informações no item 14 do Termo de Referência - Anexo I
- 7.1.1. A O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, 90 (noventa) dias, a contar da data da abertura da reunião de licitação, indicada na epígrafe deste Edital.

8. DISPOSIÇÕES GERAIS

- 8.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão acondicionada em três invólucros distintos, conforme subitens 8.2, 8.3 e 8.4 e a Proposta de Preço, no invólucro n. 4, conforme subitem 8.5, na data, hora e local indicados no tópico “reunião de licitação” do preâmbulo deste Edital.
- 8.1.1. O invólucro n. 1 será padronizado e fornecido pela PREFEITURA mediante solicitação formal da licitante à Comissão Permanente de Licitações pelo e-mail licitacoes@patosdeminas.mg.gov.br ou de segunda a sexta-feira, das 12h00 às 18h00, no endereço Rua Dr. José Olympio de Mello, 151, Bairro Eldorado, Setor de Licitações, no 2º andar.
- 8.1.1.1. O invólucro n. 1 deverá ser retirado por portador da empresa que dará recibo, no qual constarão os seguintes dados da empresa: nome empresarial, CNPJ, endereço, telefone e email.
- 8.1.2. Os invólucros n.2, n. 3 e n. 4, serão providenciados pela licitante e deverão ser adequados às características de seu conteúdo, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam até a sua abertura.

ATENÇÃO: O invólucro n. 5, contendo os documentos de Habilitação, deverá ser entregue em sessão pública específica, nos termos do item 10.

INVÓLUCRO N. 1

- 8.2. No invólucro n. 1, invólucro padronizado fornecido pela PREFEITURA, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que trata o subitem 13.2, caput e inciso II, “a” do Termo de Referência - Anexo I.
- 8.2.1. O invólucro n. 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.
- 8.2.2. Para preservar, até a abertura do invólucro n. 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o invólucro n. 1 não poderá:
- I. Apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite a identificação da licitante antes da abertura do invólucro n. 2
 - II. Estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

ATENÇÃO: Recomenda-se cuidado no manuseio do invólucro n. 1, a fim de evitar que qualquer dano ou deformação venha a gerar, nos termos do subitem **12.8.2.** o impedimento em participar desta licitação.

INVÓLUCRO N. 2



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

8.3. No invólucro n. 2, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, que trata o subitem 13.2, caput e inciso II, “b”, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

8.3.1. O invólucro n. 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO N. 02
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA
PREFEITURA MUNICIPAL DE PATOS DE MINAS
CONCORRÊNCIA N. 13/2022.
EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)
CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

INVÓLUCRO N. 3

8.4. No invólucro n. 3, deverão estar acondicionados os cadernos específicos, documentos e informações referentes à Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 13.3 a 13.do Termo de Referência - Anexo I.

8.4.1. O invólucro n. 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO N. 03
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE
SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE PATOS DE MINAS
CONCORRÊNCIA N. 13/2022
EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)
CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

8.4.2. O invólucro n. 3, assim como os cadernos específicos, documentos e informações que o compõe não poderão ter informação, marca, sinal etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro n. 2.

INVÓLUCRO N. 4

8.5. O invólucro n. 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA DE PREÇO – INVÓLUCRO N. 04
PREFEITURA MUNICIPAL DE PATOS DE MINAS
CONCORRÊNCIA N. 13/2022
EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)
CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

9. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

9.1. 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.

9.2. O julgamento das Propostas Técnicas será realizada pela Subcomissão Técnica, prevista no item 11, que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela licitante, descritos no item 15 do Termo de Referência - Anexo I.



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

- 9.3. O julgamento da Proposta de Preços será realizado na sessão pública designada pela Comissão de Licitações, onde serão abertos os Invólucros n. 4 – Proposta Comercial – que serão rubricadas pela Comissão de Licitação e pelas agências presentes ou por comissão de até três pessoas que representem as licitantes, por escolha das agências participantes presentes à sessão. Feita a classificação das Propostas Comerciais, serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios descritos no item 15 do Termo de Referência – Anexo I.
- 9.4. 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.

10. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

10.1. As licitantes cujas Propostas Técnica e de Preço tenham sido classificadas deverão entregar os Documentos de Habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão.

10.1.1. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação, na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 12.12.

10.2. Os documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no invólucro n. 5, que deverá ser apresentado fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – INVÓLUCRO N. 5
PREFEITURA MUNICIPAL DE PATOS DE MINAS.
CONCORRÊNCIA N. 13/2022
EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)
CNPJ: (indicar o CNPJ da licitante)

10.2.1. O invólucro n. 5 será providenciado pela licitante e deverá ser adequado às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

10.2.2. Documentos de Habilitação deverão ser apresentados em uma única via, acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante, a partir da primeira página interna, e deverão ser apresentados:

- I – em original ou
- II – sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial, ou
- III – em cópia autenticada por cartório competente, ou
- IV – em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação.

Atenção: Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão.

10.3. Os documentos referentes à HABILITAÇÃO JURÍDICA são:

- I – cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;
- II – registro comercial, em caso de empresa individual;



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

III – ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor devidamente registrado, em se tratando de sociedade empresária e, no caso de sociedade por ações, acompanhado dos documentos de eleição de seus administradores;

a) Os documentos deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais da licitante, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência;

IV – inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedade simples, acompanhada de prova da Diretoria em exercício;

V – decreto de autorização de funcionamento no País, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

10.4. Os documentos referentes à **REGULARIDADE FISCAL e TRABALHISTA** são:

I – prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ, expedida no máximo 90 (noventa) dias.

II – Prova de regularidade para com a Fazenda Federal e a Seguridade Social, mediante apresentação de Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, emitida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil ou pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional, em vigor.

III- Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual do domicílio ou sede do licitante, mediante apresentação de Certidão emitida pela Secretaria competente do Estado, em vigor;

IV- Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do licitante, mediante apresentação de Certidão emitida pela Secretaria competente do município, em vigor.

A prova de regularidade com a fazenda municipal deverá abranger quaisquer tributos municipais. Em caso de divisão da fiscalização tributária deverão ser apresentadas certidões relativas aos tributos mobiliários e imobiliários;

V - Prova de Regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, emitida pela Caixa Econômica Federal, em vigor;

VI- Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), emitida pela Justiça do Trabalho, em vigor;

10.4.1. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

10.4.2. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

10.5. Os documentos referentes à **QUALIFICAÇÃO TÉCNICA** são:

I – certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei 12.232/2010, art. 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);

II – declaração(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante presta(ou) ao declarante(s) serviço de publicidade cujas atividades sejam similares, pelo menos, às do objeto deste Edital, conforme ANEXO IV:



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

10.6. A **QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA** será comprovada mediante apresentação:

10.6.1. Certidão negativa de falência expedida pelo cartório distribuidor da sede da pessoa jurídica. Caso o documento não declare sua validade somente será aceito documento expedido no máximo 90 (noventa) dias.

10.6.2. Balanço Patrimonial e Demonstração Contábil do Resultado do Último Exercício Social já exigíveis e apresentados na forma da lei, que demonstrem a situação financeira do licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, devendo ser observados os subitens abaixo para o devido enquadramento.

10.6.2.1. Serão considerados, “na forma da lei” o Balanço Patrimonial e a Demonstração Contábil do Resultado do Último Exercício social, assim apresentados:

- publicados em Diário Oficial; ou
- publicados em Jornal; ou
- por fotocópia do livro Diário, devidamente registrado/autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio do licitante ou registrado no órgão de registro equivalente, inclusive com os Termos de Abertura e de Encerramento; ou
- na forma de escrituração contábil digital (ECD) instituída pela Instrução Normativa da RFB nº 1.420 de 19/12/2013 e suas alterações.

10.6.2.2. As empresas com menos de um ano de existência, desde que não enquadradas no art.

1.065 do Código Civil, devem apresentar Balanço de Abertura devidamente registrado/autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio do licitante ou registrado no órgão de registro equivalente.

10.6.2.3. O Balanço Patrimonial (inclusive o Balanço de Abertura) e a Demonstração Contábil do Resultado do Último Exercício Social deverão estar assinadas por Contador ou por outro profissional equivalente, devidamente registrados no Conselho Regional de Contabilidade.

10.6.3. A boa situação econômico-financeira² da empresa PROPONENTE será obtida dos dados do Balanço apresentado no subitem 10.6.2 e estará consubstanciada nos seguintes índices:

Índice de Liquidez Corrente: $ILC = AC/PC$, onde $ILC \geq 1,0$,
onde ILC = Liquidez Corrente
AC = Ativo Circulante



PC = Passivo Circulante

Índice de Liquidez Geral: $ILG = (AC + RLP)/(PC + Ex.LP)$, onde $ILG \geq 1,0$,

onde ILG = Índice de Liquidez Geral

AC = Ativo Circulante

RLP = Realizável a Longo

PrazoPC = Passivo Circulante

ELP = Exigível a Longo Prazo

Índice de Endividamento Geral: $IEG = (PC + Ex.LP)/AT$, onde $IEG \leq 0,90$,

onde IEG = Índice de Endividamento Geral

PC = Passivo Circulante

Ex.LP = Exigível a Longo

PrazoAT = Ativo Total

10.6.3.1. A empresa apresentará documento, juntado ao balanço, contendo as fórmulas devidamente aplicadas em memorial de cálculos e assinado por contador responsável.

10.6.3.1.1 Estes cálculos serão conferidos pelo(a) Contador(a) do Município podendo ser durante a sessão ou posteriormente. Caso os cálculos não sejam apresentados, o(a) Contador(a) do Município reserva-se o direito de efetuar os mesmos.

10.6.3.2. Será considerada inabilitada a empresa cujos índices não obedecerem aos valores estipulados acima.

10.7. A licitante também deverá incluir no invólucro n. 5 declaração elaborada conforme modelo do ANEXO II, afirmando:

I – conhecimento do instrumento convocatório;

II – atendimento ao art. 27, inciso V, da Lei 8.666/93;

III – inexistência de impedimento para a participação;

IV - elaboração independente de proposta.

10.8. O CNPJ da licitante deverá ser o mesmo compreendido no cadastro junto à Prefeitura e ou em todos os documentos de habilitação, não sendo permitido uso de documentos pela matriz, quando emitidos para a sua filial e vice-versa.

10.8.1. Excetuam-se da restrição a que se refere o subitem 10.8 os documentos que, pela própria natureza, forem comprovadamente emitidos somente em nome da matriz ou da filial.

10.9. Não serão aceitos “protocolos de entrega” ou “solicitação de documentos” expedidos por quaisquer órgãos, em substituição aos documentos exigidos neste Edital.

10.10. A licitante que se alegar desobrigada de apresentar qualquer dos documentos de habilitação deverá inserir no invólucro n. 5 declaração ou certificado expedido por órgão competente ou legislação em vigor que comprovem essa condição.

10.11. A verificação pela Comissão nos sites oficiais das entidades emissoras de certidões



constitui meio legal de prova.

10.12. Serão consideradas habilitadas as licitantes classificadas que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital.

11. SUBCOMISSÃO TÉCNICA

11.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitações, na forma do art. 10 da Lei 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

11.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo 02 (dois) membros com vínculo e 01 (um) membro sem vínculo funcional ou contratual, conforme descrito no item 10 do Termo de Referência – Anexo I.

12. REUNIÃO DE LICITAÇÃO

12.1. A reunião de licitação será realizada em 4 sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação.

12.1.1. Todos os fatos relevantes, pertinentes ao objeto da Licitação, ocorridos durante a reunião de licitação serão registrados em ata circunstanciada.

12.2. A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 5.2.

12.3. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas Técnicas, de preço e os Documentos de Habilitação nas respectivas sessões públicas.

12.4. Aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes poderão ser relevados pela Comissão, se constantes dos documentos submetidos à análise e julgamento da Subcomissão Técnica, por esta subcomissão, desde que não firam o entendimento da proposta e o ato não acarrete violação aos princípios básicos da licitação.

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

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

12.7. Se os invólucros lacrados das licitantes desclassificadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados da homologação desta Concorrência, prazo após o qual serão destruídos.

PRIMEIRA SESSÃO

12.8. A abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previsto no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- I – identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;
- II – apresentação à Comissão dos invólucros n.s 1, 2, 3 e 4.
- III – exame da conformidade dos invólucros com as disposições deste Edital;



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

IV – rubrica no fecho dos invólucros ns 2 e 4 e subseqüente acondicionamento destes invólucros em receptáculo específico com rubrica no seu respectivo fecho pela Comissão e representantes das licitantes;

V – abertura dos invólucros ns 1 e 3, exame e rubrica de seus respectivos conteúdos pela Comissão e representantes das licitantes presentes.

12.8.1. Após o encerramento do prazo para recebimento dos invólucros, o qual será declarado pela Comissão na sessão pública, nenhum outro invólucro, documento ou embalagem será recebido.

12.8.2. O invólucro n. 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão se:

I – não apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite sua identificação ou a identificação da licitante antes da abertura do invólucro n. 2:

II – não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilidade a identificação da licitante.

12.8.2.1. O não recebimento do invólucro n. 1 implica o não recebimento dos demais invólucros da licitante e seu conseqüente impedimento de participar da Concorrência.

12.8.3. A Comissão, antes da abertura dos invólucros n. 1, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

12.8.4. A Comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros n. 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

12.8.5. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos invólucros nº 1 e 3, for constatada ocorrência que possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

12.8.6. Os invólucros ns 2 e 4 permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão.

12.8.7. Abertos os invólucros nº 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

12.8.8. A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos invólucros ns. 1 e 3 observarão os seguintes procedimentos:

I – encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros n 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

II – análise individualizada e julgamento, pela subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária.

III – elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilhas com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso:

IV – encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros n. 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

V – análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de atendimento, do Repertório e dos relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

VI – elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

12.8.9. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 15.4 do Termo de Referência - Anexo I, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

12.8.9.1. O disposto no subitem 12.8.9 não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos invólucros n. 2

12.8.10. As planilhas previstas nos incisos III e VI do subitem 12.8.8 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

SEGUNDA SESSÃO

12.9. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (invólucros nº 1 e 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão convocará as licitantes para participar da segunda sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

- I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;
- II – abertura do receptáculo contendo os invólucros nº 2;
- III – abertura e rubrica do conteúdo dos invólucros nº 2 e rubrica no fecho do invólucro nº 4;
- IV – cotejo das vias não identificadas (invólucro nº 1) com as vias identificadas (invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- V – elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao plano de comunicação publicitária e separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica;
- VI – proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- VII – adoção dos procedimentos previstos no subitem 15.6 do Termo de Referência - Anexo I, em caso de empate, após a decisão final, inclusive das Propostas de Preço.
- VIII – informação de que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será divulgado na forma da lei, com a indicação dos licitantes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação.

TERCEIRA SESSÃO

12.10. A Comissão convocará as licitantes classificadas para participar da terceira sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

- I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;
- II – abertura dos invólucros nº 4, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e representantes das licitantes presentes;
- III – julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços e divulgação do resultado aos representantes das licitantes presentes;



IV – declaração da vencedora no julgamento final das Propostas, quais sejam, a licitante mais bem classificadas na média ponderada, de acordo com os respectivos pesos, na Proposta Técnica e na Proposta de Preços;

V – informação de que o resultado do julgamento final das Propostas será divulgado na forma da lei, com a indicação da ordem de classificação.

QUARTA SESSÃO

12.11. A Comissão convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para participar da quarta sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

I – identificação dos representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

II – recebimento e abertura dos invólucros nº 5, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes;

III – informação de que o resultado da habilitação será divulgado na forma da lei, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados;

12.12. Na hipótese de todas as propostas de preço serem desclassificadas ou de todas as licitantes serem inabilitadas, a Comissão poderá fixar às licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de nova documento ou de outras propostas escoimadas das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.

12.12.1. A nova documentação deve ser apresentada na forma prevista neste Edital, e entregue em sessão pública.

12.13. Decididos os recursos e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente, homologará e adjudicará seu objeto à licitante vencedora.

13. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

13.1. Dos atos decisórios ou que resultem aplicação de penalidade cabe recurso, interposto na forma impressa, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata.

13.1.1. A intimação dos atos decisórios será feita mediante publicação na imprensa oficial, salvo para as decisões sobre o recebimento e julgamento das propostas e sobre a habilitação ou inabilitação de licitantes, se presentes os prepostos das licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata.

13.1.2. A intimação da aplicação da penalidade será realizada por notificação direta à licitante.

13.2. O recurso contra o julgamento das propostas e o contra habilitação ou inabilitação de licitantes terá efeito suspensivo, e o seu acolhimento importará a invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

13.2.1. A Comissão poderá, motivadamente, atribuir efeito suspensivo ao recurso contra os demais atos.

13.3. A continuidade da reunião de licitação, no caso de interposição de recurso, será comunicada aos interessados por e-mail.



13.4. Os recursos interpostos serão comunicados às partes interessadas, que poderão apresentar contrarrazões no prazo de 5 (cinco) dias úteis a partir do término do prazo do recorrente, sendo-lhes assegurada vistas dos elementos indispensáveis à defesa dos seus interesses.

13.5. O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, que poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, neste mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, para decisão.

13.6. Os recursos interpostos fora do prazo legal e ou subscritos por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo para responder pela licitante não serão conhecidos.

Atenção: O uso de recursos ou meios meramente protelatórios para tentar impedir o curso normal do processo licitatório é crime tipificado no art. 93 da Lei 8.666/93, sujeitando a licitante às sanções legais e administrativas aplicáveis.

14. PENALIDADES

14.1. Ensejará a aplicação de multa no percentual de 0,5% (meio por cento) sobre a estimativa de despesas previstas no subitem 16.1, sem prejuízo da aplicação de outras penalidades previstas na Lei 8.666/93, a licitante que, convocada dentro do prazo de validade de sua proposta:

I – recusar-se, injustificadamente, a assinar o contrato;

II – não atender as condições previstas no subitem 15.2, inviabilizando a contratação.

14.1.1. A multa deverá ser recolhida na PREFEITURA no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação, sob pena de execução judicial.

14.1.2. O disposto no subitem 14.1 não se aplica às licitantes remanescentes convocadas na forma do subitem 15.3.1.

14.2. Ensejará a aplicação de suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a PREFEITURA, pelo período de 6 (seis) meses até 2 (dois) anos.:

I – recusa, injustificada, de assinar o Termo de Contrato.

II – não manutenção das condições de habilitação;

III – prática de atos ilícitos, visando a frustrar os objetivos da licitação;

IV – condenação definitiva pela prática dolosa de fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

V – prática de atos ilícitos, demonstrando não possuir idoneidade para contratar com a Administração.

14.2.1. A penalidade de suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar poderá ser aplicada sem prejuízo da aplicação da multa prevista no subitem 14.1.

14.3. Poderá ainda ser aplicada a penalidade de Declaração de Inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública, na forma do Inciso IV e parágrafo 3º do art. 87 da Lei 8.666/93, que será proposta ao Secretário de Comunicação da Prefeitura, na ocorrência dos casos do artigo 88 da mesma Lei.

14.4. Não serão aplicadas penalidades na ocorrência de casos fortuitos, força maior.

15. CONTRATAÇÃO



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

15.1. A contratação será formalizada mediante assinatura do contrato, para cuja assinatura a licitante adjudicatária terá o prazo de 10 (dez) dias úteis contados a partir do recebimento da respectiva convocação da PREFEITURA.

15.2. Como condição para a assinatura do contrato, sem prejuízo das demais disposições previstas neste Instrumento, a licitante adjudicatária deverá apresentar:

I – documentação exigida na habilitação, porventura vencida após a reunião de licitação, devidamente atualizada;

15.3. A recusa em assinar o contrato ou o não atendimento das condições previstas no subitem 15.2 implica a decadência do direito à contratação, sem prejuízo da aplicação de penalidades previstas no item 14.

15.3.1. A decadência do direito à contratação autoriza a PREFEITURA a , independentemente de qualquer aviso ou notificação, revogar a licitação, ou convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para que atendendo ao subitem 15.2, assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato.

15.3.2. Não se aplicam às licitantes remanescentes as penalidades previstas no subitem **15.3**.

15.4. A licitante vencedora deverá apresentar garantia, prevista no item 17 e na minuta do contrato, cláusula décima primeira.

15.5. Integrará o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pela licitante adjudicatária que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência.

15.6. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses podendo ser prorrogado, na forma da lei, observada a cláusula segunda do Anexo V – Minuta do Contrato e a vigência máxima de 60 (sessenta) meses.

15.7. A remuneração à Agência, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Sétima e Oitava do Anexo V – Minuta do Contrato, consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de preço.

15.7.1. A forma e as condições de pagamento são as constantes da minuta do contrato.

15.8 . A agência deverá centralizar o comando da publicidade da PREFEITURA em Patos de Minas, comprovando no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da data da assinatura do contrato, que possuem nesta cidade estrutura de atendimento que atenda as condições do contrato.

16. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

16.1 As despesas decorrentes da contratação, objeto desta licitação, correrão por conta dos recursos consignados nas dotações orçamentárias de Propaganda e Publicidade conforme abaixo:

- 94 – 020100 04 131 0003 2.0006 0000 339039 – Comunicação e Transparência Municipal;
- 1312 – 090100 10 131 0014 2.0372 0000 339039 – Coordenação Geral de Comunicação Social do SUS



17. GARANTIA

17.1. No prazo de 30 (trinta) dias da assinatura do contrato, cada licitante vencedora deverá apresentar garantia, em favor da PREFEITURA, correspondente a 5% (cinco por cento) da estimativa de despesas (subitem 16.1.).

17.2. A garantia deverá ser prestada nos termos da Cláusula Décima Primeira do contrato em uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei 8.666/93, à escolha das licitantes adjudicatárias.

18. DISPOSIÇÕES FINAIS

18.1. A licitante é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação, de modo que a falsidade de qualquer documento apresentado ou a inverdade das informações nele contidas implicará a imediata desclassificação da licitante que o tiver apresentado.

18.2. É facultada à Comissão ou à autoridade superior efetuar, em qualquer fase da licitação, consultas ou promover diligências com vistas a esclarecer ou complementar a instrução do processo;

18.3. As situações não previstas neste Edital, inclusive as decorrentes de caso fortuito ou de força maior, serão resolvidas pela Comissão ou pela autoridade competente.

18.4. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento.

18.4.1. Os prazos estabelecidos neste Edital só se iniciam e vencem em dias de expediente da PREFEITURA.

18.5. Este Edital e seus anexos, bem como a Proposta vencedora, farão parte integrante do contrato – Anexo V, como se nele estivessem transcritos.

18.6. O conteúdo deste Edital e de seus anexos, bem como outros documentos que forem emitidos pela PREFEITURA e fornecidos às licitantes, são complementares entre si, devendo ser interpretados conforme os princípios que regem as licitações públicas.

18.7. Até a assinatura do contrato, a licitante adjudicatária poderá ser desclassificada ou inabilitada se a PREFEITURA tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

18.8. Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com a Agência for rescindido, a PREFEITURA poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação verificada nesta Concorrência, para dar continuidade à execução do objeto, desde que aceitem as mesmas condições oferecidas pela Agência e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

18.9. 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.

18.10. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a PREFEITURA comunicará os fatos verificados ao Ministério Público do Estado, para as providências devidas.



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

18.11. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

18.11.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei 8.666/93.

19. FORO

19.1. É competente o Foro da comarca de Patos de Minas para dirimir quaisquer dúvidas oriundas da presente licitação.

Christiane Teixeira Magalhães

Agente de Administração



ANEXOS

ANEXO I - TERMO DE REFERÊNCIA/BRIEFING/PLANILHAS DE AVALIAÇÃO

ANEXO II – MODELO DE DECLARAÇÃO

ANEXO III – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

ANEXO IV – DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA

ANEXO V - MINUTA DE CONTRATO

ANEXO VI - CARTA DE CREDENCIAMENTO



PREFEITURA DE
PATOS DE MINAS

UM NOVO TEMPO > PARA UMA NOVA CIDADE

ANEXO I

TERMO DE REFERÊNCIA BRIEFING E PLANILHAS DE AVALIAÇÃO



TERMO DE REFERÊNCIA

PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

1. DO OBJETO

1.1. Contratação de **01 (uma) agência de publicidade** para a prestação de serviços publicitários, na elaboração de projetos e campanhas para a Prefeitura Municipal de Patos de Minas, com base na Lei Federal 12.232, de 2010.

1.1.1. Consideram-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a difusão de ideias ou informar o público em geral, de acordo com o art. 2º, *caput*, da Lei 12.232/2010.

1.1.2. Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) À produção e à execução técnica das peças e projetos criados;
- b) Ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados à determinada ação publicitária;
- c) À criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.

1.1.2.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.1.2, “b” terão a finalidade de:

- a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da PREFEITURA, o público-alvo, e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) Aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;
- c) Possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.1.3. Não se confundem com o objeto desta licitação, estando, portanto, fora da contratação, as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.



1.1.3.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 1.1.3, o patrocínio de mídia – assim entendido os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

1.1.4. Para a prestação de serviços será contratada 01 (uma) agência de propaganda, doravante denominada AGÊNCIA, que tenha suas atividades disciplinadas pela Lei 4.680/65 e que tenha obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei n. 12.232/2010.

1.1.4.1. A Agência atuará de acordo com a solicitação da contratante, doravante denominada PREFEITURA.

1.1.4.2. A AGÊNCIA atuará por conta e ordem da PREFEITURA na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares a que se refere o subitem 1.1. e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias (Art. 3º da Lei nº 4.680/65 c/c ao Art. 2º da Lei nº 12.232/10) .

1.1.4.3. A AGÊNCIA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto desta licitação.

2. DA JUSTIFICATIVA

2.1. A contratação de serviços de publicidade, conforme disposto no item 1, tem como objetivo possibilitar o atendimento das políticas públicas da Administração Pública Municipal, garantindo à população o seu conhecimento acerca dos atos, serviços, programas e campanhas.

3. DA VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO DO CONTRATO

3.1. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado, na forma da lei, e a vigência máxima de 60 (sessenta) meses, nos termos do art. 57, inciso II da Lei nº 8.666/93 e suas alterações.

4. DO VALOR TOTAL DO CONTRATO

4.1. A soma das despesas com o contrato resultante desta Concorrência está estimada em R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais), pelos primeiros 12 (doze) meses e será executada de acordo com o previsto nos subitens **1.1.1** e **1.1.2**.

4.2. As despesas decorrentes da contratação, objeto desta licitação, correrão por conta dos recursos consignados nas dotações orçamentárias de Propaganda e Publicidade, abaixo relacionadas:

- 00094 - 020100 04 131 0004 2.0006 0000 339039 – Comunicação e Transparência Municipal;

- 01312 - 090100 10 131 0014 2.0372 0000 339039 – Coordenação Geral de Comunicação Social do SUS.

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

5. DAS OBRIGAÇÕES DA AGÊNCIA

5.1. Constituem obrigações da AGÊNCIA, além das demais previstas neste CONTRATO ou dele decorrentes:

5.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.1.1. Os serviços indicados no subitem 1.1.1. deverão ser executados por meio dos profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na Proposta Técnica pela AGÊNCIA, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior mediante comunicação prévia à PREFEITURA.

5.1.2. Centralizar o comando da publicidade da PREFEITURA na cidade de Patos de Minas, comprovando em até 30 (trinta) dias da assinatura deste CONTRATO, que nele mantém, para esse fim, escritório, sucursal, filial ou sede, com estrutura de atendimento que atenda as condições do contrato.

5.1.2.1. **Os profissionais designados para o escritório, sucursal, filial ou sede em Patos de Minas**, deverão ter experiência equivalente ou superior à daqueles indicados na proposta técnica.

5.1.2.2. A seu juízo, a AGÊNCIA 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, outros complementares ou acessórios pertinentes a este CONTRATO, observado o atendimento às condições contratuais.

5.1.3. O desempenho da AGÊNCIA será permanentemente verificado pela PREFEITURA

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

5.1.4.1. A AGÊNCIA executará os serviços indicados no subitem 1.1.1., diretamente, com seus próprios recursos.

5.1.4.2. A AGÊNCIA poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários à execução das atividades complementares a que se refere o subitem **1.1.4.2.**, fornecedores de serviços especializados.



5.1.4.2.1. 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.

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

5.1.4.2.3. Caberá à AGÊNCIA 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.

5.1.5. 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.

5.1.5.1. 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.

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

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

5.1.5.1.2.1. Se o ressarcimento não for realizado no prazo indicado no subitem **5.1.5.1.2.**, o valor poderá ser glosado pela PREFEITURA ou descontado da garantia contratual, 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 IGPM (FGV).

5.1.6. 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.

5.1.7. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.



5.1.7.1. 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 AGÊNCIA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.

5.1.7.1.1. O disposto no subitem **5.1.7.1.** não abrange os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos de divulgação à AGÊNCIA, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.7.1.2. A AGÊNCIA 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.

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

5.1.8. 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 contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

IV – informar, por escrito, os fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas no **Item 11** para a reutilização de peças e material publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos;



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

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

5.1.8.3. 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.

5.1.8.4. As disposições do subitem 5.1.8. não se aplicam à compra de mídia.

5.1.8.5. As condições do subitem 5.1.8, I e II, não se aplicam à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado.

5.1.9. Encaminhar, a cada 03 (três) meses de vigência do contrato e de seus eventuais aditamentos, referentes a peças aprovadas pela PREFEITURA e sem ônus para essa, as seguintes cópias de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga:

I – TV e Cinema: cópias em pendrive e/ou DVD e/ou demais 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.

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

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

5.1.9.3. Caso as mídias indicadas nos incisos I a IV do subitem 5.1.9. se tornem tecnologicamente obsoletas, a PREFEITURA indicará mídia substituta para envio da cópia das peças produzidas.

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

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



5.1.11.1. O portfólio deverá ser entregue trimestralmente, até o final do último mês de vigência do contrato ou de sua prorrogação e abranger todas as ações realizadas neste CONTRATO durante o período vigente.

5.1.11.2. O portfólio deverá ser apresentado conforme modelo sugerido pela AGÊNCIA e previamente aprovado pela PREFEITURA.

5.1.12. Entregar à PREFEITURA cópia dos comprovantes de pagamentos feitos aos fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até **o dia 6 do mês subsequente** ao do pagamento realizado pela PREFEITURA.

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

5.1.13.1. 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.

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

5.1.15. 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 deste CONTRATO e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

5.1.15.1. A agência se reunirá com a PREFEITURA, em até 30 (trinta) 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.

5.1.15.1.1. Aprovada pela PREFEITURA, a proposta passará a integrar este CONTRATO, ressalvada a possibilidade de ajustes, sempre que necessário à manutenção do banco/acervo virtuais.

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



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

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

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

5.1.18. Manter, durante a execução deste 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.

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

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

5.1.20. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste 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.

5.1.20.1. A AGÊNCIA 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.

5.1.20.2. Sempre que solicitada pela PREFEITURA, a AGÊNCIA deverá apresentar a comprovação de estarem sendo recolhidos todos os seus encargos e cumpridas as obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.

5.1.21. 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 subitem 4.1., facultada a supressão, além desse limite, mediante acordo entre as partes.

5.1.22. 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.

5.1.23. 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.



5.1.24. 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.

5.1.25. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 anos após a extinção deste CONTRATO.

6. DAS OBRIGAÇÕES DA PREFEITURA

6.1. Constituem obrigações da PREFEITURA, além das demais previstas neste CONTRATO ou dele decorrentes:

6.1.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a AGÊNCIA, observado o subitem 5.1.5. e respectivos subitens.

6.1.2. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

6.1.3. Fiscalizar a execução deste CONTRATO e subsidiar a AGÊNCIA com informações e/ou comunicações úteis e necessárias ao melhor e fiel cumprimento das obrigações.

6.1.4. Comunicar à AGÊNCIA toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos verbais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, em comunicação impressa ou por e-mail, no prazo de até 24 (vinte e quatro) horas.

6.1.5. Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

6.1.6. Avaliar a qualidade dos serviços, podendo rejeitá-los no todo ou em parte, caso estejam em desacordo com o constante neste instrumento.

6.1.7. Fornecer material institucional em mídia, impressa ou digital para que a AGÊNCIA repasse as informações à mão de obra subcontratada, para que a mesma fique alinhada aos objetivos da PREFEITURA.

6.1.8. Obedecer ao que determina o parágrafo 1º, art. 37 da Constituição Federal que determina 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.

7. DA EXECUÇÃO, GESTÃO E AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS

7.1. A AGÊNCIA somente poderá executar qualquer tipo de serviço, objeto deste CONTRATO, após sua respectiva aprovação formal pela PREFEITURA.



7.1.1. A PREFEITURA poderá acompanhar a execução dos serviços contratados, juntamente com um representante credenciado pela AGÊNCIA.

7.1.2. A aprovação dos serviços não afasta a responsabilidade da AGÊNCIA quanto à sua perfeita execução.

7.2. Os serviços contratados poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao especificado.

7.2.1. A não aceitação de serviços objeto deste CONTRATO, no todo ou em parte, não implicará a dilatação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da PREFEITURA.

7.2.1.1. A AGÊNCIA adotará as providências necessárias para que o serviço, quando não aceito, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado a suas expensas e nos prazos estipulados pela PREFEITURA, observado o subitem 5.1.5.

7.3. A gestão do CONTRATO será realizada pelo Assessor Especial de Desenvolvimento Econômico.

7.3.1. A fiscalização do CONTRATO em nada restringe a responsabilidade da AGÊNCIA pela execução dos serviços e será exercida pela Diretora de Comunicação Social.

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

7.3.3. A AGÊNCIA se obriga a permitir que a auditoria interna da PREFEITURA ou auditoria externa por esta indicada tenha acesso a todos os documentos que digam respeito à execução deste CONTRATO.

7.3.4. Serão anotadas e registradas todas as ocorrências relacionadas com a execução contratual, cabendo à AGÊNCIA atender, no prazo estipulado pela PREFEITURA, às determinações para regularização das faltas ou defeitos observados.

7.4. A PREFEITURA realizará, trimestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos, dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela AGÊNCIA e do atendimento ao subitem 5.1.7.

7.4.1. Sem prejuízo de outras finalidades com objetivo semelhante ou complementar, a avaliação trimestral será considerada instrumento para:

- I - solicitar à AGÊNCIA a melhoria da qualidade dos serviços prestados;
- II – subsidiar decisão sobre prorrogação e rescisão contratuais;

III – subsidiar declaração sobre desempenho da AGÊNCIA.

8. DO FATURAMENTO

8.1. Os tributos incidentes sobre o objeto deste instrumento ficarão sujeitos às legislações federal, estadual e municipal, pertinentes vigentes.

8.2. Das notas fiscais de serviços:

8.2.1. As notas fiscais de serviços deverão ser emitidas pela empresa AGÊNCIA contra a PREFEITURA **no valor total dos serviços prestados**, a discriminação de todas as informações acerca dos serviços prestados, valores devidos e serem encaminhadas à PREFEITURA acompanhadas dos seguintes documentos:

8.2.1.1. No caso de serviços internos da AGÊNCIA:

- a) Uma via do layout aprovado;
- b) Relação dos códigos da Tabela do SINAPRO de cada serviço criado;
- c) Documento emitido pela AGÊNCIA discriminando os serviços executados, descontos concedidos e valores a serem cobrados;
- d) Outros comprovantes/demonstrativos legíveis dos serviços prestados.

8.2.1.2. No caso de serviços pertinentes à veiculação:

- a) Uma via do Mapa de Mídia, emitido pela AGÊNCIA, previamente aprovado pela PREFEITURA;
- b) Demonstrativo da tabela vigente do veículo;
- c) Relatório de conferência dos serviços de veiculação de mídia, a cargo da PREFEITURA, sempre que possível;
- d) Outros comprovantes / demonstrativos legíveis dos serviços prestados;
- e) Fatura ou recibo emitido pelo veículo de comunicação contra a PREFEITURA, demonstrando o valor devido ao veículo contendo a eventual descrição dos descontos negociados. Nesse caso também o valor correspondente ao serviço deverá estar inserido na nota fiscal de serviços emitida pela AGÊNCIA.

8.2.1.3. No caso de serviços especializados nos termos do inc. I, parágrafo 1º, art. 2º da lei 12.232 de 2010:

- a) Todos os orçamentos obtidos no mercado;
- b) Documento emitido pela empresa AGÊNCIA discriminando os serviços executados, descontos negociados, valores a serem cobrados;
- c) Uma via da nota fiscal de serviços do fornecedor terceirizado aprovado, emitida contra a PREFEITURA;
- d) Outros comprovantes/demonstrativos legíveis dos serviços prestados.



- e) Certidões negativas de regularidade fiscal do fornecedor terceirizado aprovado:
- e1) Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, emitida pela Caixa Econômica Federal em vigor;
 - e2) Prova de regularidade perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), ou Certidão Positiva de Débitos Trabalhistas com os mesmos efeitos da CNDT conforme lei 12.440, de 07 de julho de 2011, em vigor.
 - e3) Prova de regularidade para com a Fazenda Federal e a Seguridade Social, mediante apresentação de Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, emitida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil ou pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional, em vigor;
 - e4) Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual do domicílio ou sede da licitante, mediante apresentação de certidão emitida pela Secretaria competente do Estado em vigor;
 - e5) Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede da licitante, mediante apresentação de certidão emitida pela Secretaria competente do Município;

8.3. Nos termos da legislação tributária vigente, os serviços de veiculação de material de publicidade não estão previstos na lista de serviços tributáveis anexa à Lei Complementar nº 116/2003 e na lei complementar municipal nº 204/03, que dispõe sobre Serviços de Qualquer Natureza.

8.4. Não serão aceitas notas fiscais de serviços emitidas pelas empresas **subcontratadas** contra a municipalidade.

9. DO PAGAMENTO

9.1. Após a realização dos serviços, a AGÊNCIA apresentará a nota fiscal de serviços correspondente, juntamente com todos os documentos constantes no **item 8**, conforme o caso, à PREFEITURA, que terá o prazo de até 8 (oito) dias úteis para aprová-la ou rejeitá-la.

9.2. A falta da apresentação de qualquer documento obrigatório pelas leis em vigor acarretará no não pagamento da respectiva nota fiscal e das seguintes, até que a pendência seja eliminada.



9.3. A nota fiscal não aprovada pela PREFEITURA será devolvida à AGÊNCIA com as informações que motivaram sua rejeição para as necessárias correções, contando o prazo estabelecido no subitem 9.1 a partir da data de sua reapresentação.

9.4. A devolução da nota fiscal não aprovada em hipótese alguma servirá de pretexto para que a AGÊNCIA suspenda a execução dos serviços.

9.5. A PREFEITURA somente efetuará o pagamento dos valores devidos após a comprovação pela AGÊNCIA, dos documentos mencionados conforme item 8 e da verificação de sua regularidade fiscal.

9.6. A PREFEITURA efetuará o pagamento das faturas no prazo de até 20 (vinte) dias corridos fora a dezena, a contar da data de sua aprovação.

9.7. Pelos serviços prestados, a AGÊNCIA será remunerada pelos honorários apresentados na proposta de preço sobre os custos (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.

9.8. Os honorários serão calculados sobre o preço faturado pelos fornecedores.

9.9. Pelos serviços de criação e execução interna, a AGÊNCIA receberá o valor correspondente indicado na Tabela 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 concedido por ela na proposta de preço.

9.10. Despesas com deslocamento de profissionais da AGÊNCIA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratadas, na cidade de Patos de Minas, serão de responsabilidade da AGÊNCIA.

9.11. Além da remuneração prevista no item 9.7, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei n. 4.680/65 e do Decreto n. 57.690/66.

9.12. O desconto de que trata o subitem precedente será concedido à AGÊNCIA pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da PREFEITURA, nos termos do art. 19 da Lei n. 12.232/2010.

9.13. Como o valor do contrato será inferior ao de R\$2.500.000,00, a AGÊNCIA **NÃO REPASSARÁ** à PREFEITURA **NENHUM** desconto do valor da mídia efetivamente contratada sobre o valor acertado para cada veiculação, correspondente ao repasse parcial dos honorários de

veiculação, pagos pelos Veículos de Comunicação à agência de publicidade, de acordo com as Normas Padrão.

10. DA FORMA DE CONSTITUIÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

10.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão, na forma do art. 10 da Lei 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

10.1.1. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

10.1.2. Um dos membros da Subcomissão Técnica não terá vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a PREFEITURA.

10.2. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica ocorrerá por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 09 (nove) integrantes, previamente cadastrados pela PREFEITURA.

10.2.1. A relação de nomes será publicada na Imprensa Oficial e no site do Município nos ícones: *Portal da Transparência e Licitações*, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

10.2.2. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação de nomes, mediante a apresentação de justificativa à Comissão.

10.2.2.1. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

10.2.2.2. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 10.

10.2.3. Será necessário publicar nova relação, se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 10.2.

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

10.2.5. A sessão pública para o sorteio será realizada em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 10.2.1. e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

10.2.5.1. O sorteio, processado pela Comissão, será realizado em duas etapas:

I – 02 (dois) membros que possuam vínculo com PREFEITURA;

II – 01 (hum) membro que não possuam vínculo com a PREFEITURA.



10.2.6. Além das demais atribuições previstas neste Termo de Referência, caberá à Subcomissão Técnica, quando solicitado pela Comissão, manifestar-se sobre eventuais recursos de AGÊNCIAS relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.

11. DOS DIREITOS AUTORAIS

11.1. A AGÊNCIA cede à PREFEITURA os direitos autorais patrimoniais de uso das ideias (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.

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

11.1.2. O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração acordadas, incluindo o desconto de AGÊNCIA.

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

11.2. Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a AGÊNCIA 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.

11.3. A AGÊNCIA 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.

11.4. 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.

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

12. DA LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

12.1. Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pelo MUNICÍPIO DE PATOS DE MINAS, a AGÊNCIA deverá apresentar:



I – a correspondente nota fiscal, que será emitida, sem rasura, em letra legível, em nome do MUNICÍPIO DE PATOS DE MINAS, CNPJ. Nº 18.602.011/0001-07, contendo o número do CONTRATO e os seguintes dados da AGÊNCIA como Banco (nome e número); Agência (nome e número) e Conta Corrente (número).

a) Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas tempestiva e formalmente à PREFEITURA, ficando a AGÊNCIA responsável pelos prejuízos decorrentes da falta ou intempestividade da informação.

b) O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais e na conta corrente utilizada para pagamento à AGÊNCIA deverá ser o CNPJ da AGÊNCIA constante do preâmbulo deste CONTRATO.

c) Quando referente ao pagamento de fornecedores e veículos, a nota fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou produção dos serviços e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ.

II – a primeira via do documento fiscal do fornecedor de serviços especializado ou do veículo:

a) O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais dos fornecedores de serviço especializado deverá ser o mesmo da cotação de preços que norteou a contratação.

III – os documentos comprobatórios da execução dos serviços especializados e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega;

IV – os documentos comprobatórios da demonstração do valor devido ao veículo, da sua respectiva tabela de preços, da descrição dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e da efetiva veiculação, sendo este último providenciado sem ônus para a PREFEITURA.

a) Na ocorrência de falha em uma programação em mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso IV, a AGÊNCIA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

12.1.1. O comprovante de veiculação a que se refere o subitem 12.1. - IV é constituído por:

I – revista e anuário: exemplar original;

II – jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do jornal e praça;

III – demais meios: relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente ou por um dos seguintes documentos:

a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

a.1) Como alternativa ao procedimento previsto na alínea “a”, a AGÊNCIA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea “a” deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento “composto” contenha todas as informações previstas na alínea “a”.

b) Mídia Exterior:

i. Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

ii. Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração.

iii. Carro de Som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração.

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, acompanhado do print da tela.

12.1.1.1. As formas de comprovação de veiculação em mídia não previstas nas alíneas “a”, “b”, e “c” do subitem 12.1.1. - III, serão estabelecidas formalmente pela PREFEITURA, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

12.1.2. Compete ao Gestor do contrato, a conferência dos preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o artigo 15 da Lei n. 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos respectivos Planos de Mídia pela AGÊNCIA à PREFEITURA.

12.1.3. Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços, para a liquidação e pagamento de despesas, deverão ser encaminhadas pela AGÊNCIA à Diretoria de Comunicação Social da Prefeitura de Patos de Minas.

12.1.4. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços, a PREFEITURA, a seu juízo, poderá devolvê-la para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

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



12.1.4.2. A PREFEITURA não pagará nenhum acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste CONTRATO.

12.2. Antes da efetivação dos pagamentos, será verificada a comprovação de regularidade da AGÊNCIA referente à:

I – Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, emitida pela Caixa Econômica Federal em vigor;

II - Prova de regularidade perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), ou Certidão Positiva de Débitos Trabalhistas com os mesmos efeitos da CNDT conforme lei 12.440, de 07 de julho de 2011, em vigor.

III - Prova de regularidade para com a Fazenda Federal e a Seguridade Social, mediante apresentação de Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, emitida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil ou pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional, em vigor;

IV - Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual do domicílio ou sede da licitante, mediante apresentação de certidão emitida pela Secretaria competente do Estado em vigor;

V - Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede da licitante, mediante apresentação de certidão emitida pela Secretaria competente do Município;

12.2.1. A AGÊNCIA apresentará à PREFEITURA os documentos comprobatórios de manutenção de suas condições de habilitação, sempre que próximos aos seus respectivos vencimentos.

12.2.2. A não apresentação ou a irregularidade dos documentos listados no subitem 12.2 não acarretará retenção do pagamento. Entretanto, a AGÊNCIA será comunicada quanto à apresentação de tais documentos em até 30 (trinta) dias, com a aplicação das penas cabíveis em caso de não atendimento.

12.3. A PREFEITURA efetuará o pagamento conforme calendário abaixo:

12.3.1. O atesto somente será realizado mediante a comprovação do cumprimento pela AGÊNCIA de todas as condições pactuadas e ocorrerá em cinco dias úteis após a entrega da documentação pertinente, observado o subitem 12.2.

12.3.1.1. Para efeito de contagem do prazo de atesto, a documentação recebida após as 14h00 será considerada entregue no dia útil subsequente.

12.4. A PREFEITURA não acata cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título em bancos ou outras instituições do gênero.

12.5. A PREFEITURA não é obrigada a pagar nenhum compromisso, assumido pela AGÊNCIA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

12.6. Correrão por conta da AGÊNCIA o ônus do prazo de compensação e todas as despesas bancárias decorrentes da transferência de crédito, assim como os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes de sua inobservância quanto aos prazos de pagamento.

12.7. A PREFEITURA, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigada pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

13. DA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

13.1. A AGÊNCIA 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
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
II – Capacidade de Atendimento	
III – Repertório	
IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

13.1.1. 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

13.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no *briefing* – ANEXO I e nas orientações deste Termo de Referência, observadas especialmente as seguintes previsões:

I – formatação realizada conforme subitens 13.2.5 a 13.2.9;

II – elaboração em 02 (duas) vias, quais sejam:

a) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;

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.

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 Ideia Criativa a que se refere o subitem 13.2.3.2. – e conter a identificação da AGÊNCIA, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais, por quem detenha poderes de representação da AGÊNCIA, na forma de seus atos constitutivos.

SUBQUESITOS:

13.2.1. **Raciocínio Básico** é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a AGÊNCIA 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*.

13.2.2. **Estratégia de Comunicação Publicitária** é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a AGÊNCIA 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.

13.2.3. **Ideia Criativa** é um subquesito por meio do qual a AGÊNCIA apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.

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

13.2.3.2. A relação deverá indicar as peças e ou material que foram corporificados nos termos do subitem 13.2.3.3.

13.2.3.3. Da relação de peças e ou material, a AGÊNCIA 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, leiaute e ou storyboard impressos, para qualquer meio;
- b) protótipo ou “monstro” para peças destinadas a rádio e internet;
- c) storyboard animado ou animatic, para TV e cinema.

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

- a) Cada redução e ou variação de formato será considerada como uma peça;
- b) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;
- d) Um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
- e) Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

13.2.3.3.1. Serão aceitos exemplos de peças e/ou material não finalizados.

13.2.3.3.2. Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução.

13.2.3.3.3. Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) formatada conforme previsão do subitem 13.2.5., VIII, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem 13.2.3.1.

13.2.3.3.4. Os storyboards animados, animatics, protótipos e monstros deverão ser apresentados em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

I. storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov. Wmv, mpeg, vob;

II. protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;

III. protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

13.2.3.3.5. Os exemplos de peças e ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro n. 1, observado o disposto no subitem 15.2.2.,II.

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

13.2.3.3.7. 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 passe-partout.

13.2.4. **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 AGÊNCIA e em função da verba referencial indicada no *briefing*.

II. simulação do plano de distribuição em que a AGÊNCIA identificará todas as peças e/ou material constantes da relação prevista no subitem 13.2.3.1.



13.2.4.1. 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.

13.2.4.2. 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.

13.2.4.3. 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.

FORMATÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

13.2.5. O caderno específico, que compõe o Plano de Comunicação Publicitária, deverá observar a seguinte formatação:

- I – Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;
- II – capa e contracapa em papel A4, branco, 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 e esquerda, a partir da borda;
- V – títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subseqüentes 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;

13.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e/ou material, prevista no subitem 13.2.3.1., 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.

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

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

I. separadamente (soltas) do caderno de que trata o subitem 13.2.5.;

II. adequados às dimensões do invólucro n. 1, cabendo à AGÊNCIA observar o disposto no subitem 15.2.2,II;

13.2.8. 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 para efeito do subitem 13.2.6.

13.2.9. 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

13.3. A Capacidade de Atendimento da AGÊNCIA deverá ser constituída por caderno específico composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e/ou outros recursos, por meios dos quais, a AGÊNCIA 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 Termo de Referência, 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.

13.3.1. Os documentos e informações, que compõem o caderno específico mencionado no subitem 13.3., 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 AGÊNCIA na forma de seus atos constitutivos.

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

III – REPERTÓRIO

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

13.4.1. 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 e/ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2015;

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

III – 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 AGÊNCIA, 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.

13.4.1.1. Para cada peça e/ou material previstos no subitem 13.4.1, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da



AGÊNCIA 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.

13.4.1.2. A apresentação de peças e/ou material, em número inferior ao exigido no subitem 13.4.1 implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

13.4.1.2.1. A proporcionalidade, a que se refere o subitem 13.4.1.2, será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 15.3, III.

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

IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

13.5. A AGÊNCIA 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 2016.

13.5.1. 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 15.3 - IV.

13.5.2. 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 2016 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.

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

13.5.2.2. 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.

13.5.3. 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 13.5 – 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 13.5, 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.

13.5.4. Os documentos e informações, que compõem o caderno específico mencionado no subitem 13.5, 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 AGÊNCIA na forma de seus atos constitutivos.

13.5.4.1. Qualquer página com os documentos e informações do caderno específico poderá ser editada em papel A3 dobrado, caso em que, para fins do limite previsto no subitem 13.5, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

14. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

14.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do Anexo I – parte 7, informando o percentual de honorários, sem a quebra de percentual, na forma indicada no subitem 15.8.1, alíneas “a” do Termo de Referência, 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 15.8.1, alínea “b” do Termo de Referência, 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 (SINAPRO-MG)**, 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 aceito desconto inferior a 50% (cinquenta por cento) e superior a 80% (oitenta 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 AGÊNCIA 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 o item **15.8.1**;

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

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 no Termo de Referência.

14.2. A Proposta de Preço poderá adotar o modelo sugerido (**Anexo 1 – Parte 7**) e deverá ser:

a) datada e assinada por quem detenha poderes de representação da AGÊNCIA, 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.

14.2.1. Serão analisadas apenas as Propostas de Preço das AGÊNCIAS classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.

14.2.2. 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 (SINAPRO-MG).

14.3. Como o valor do contrato será inferior ao de R\$2.500.000,00, a AGÊNCIA **NÃO REPASSARÁ** à PREFEITURA **NENHUM** desconto do valor da mídia efetivamente contratada sobre o valor acertado para cada veiculação, correspondente ao repasse parcial dos honorários de veiculação, pagos pelos Veículos de Comunicação à agência de publicidade, de acordo com as Normas Padrão.

15. **JULGAMENTO DAS PROPOSTAS**

15.1. O critério de julgamento para a classificação das AGÊNCIAS 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.

15.2. O julgamento das Propostas Técnicas será realizado pela Subcomissão Técnica, prevista no item 10, que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela AGÊNCIA:

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)

(i) 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)

(ii) Ideia Criativa (25 pontos)

- i.** Adequação ao desafio de comunicação; (05 pontos).
- ii.** Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela AGÊNCIA; (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).

(iii) 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 (16.2,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 AGÊNCIA e o conceito de seus produtos e serviços no mercado; (01 ponto).

b) Experiência dos profissionais da AGÊNCIA 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 AGÊNCIA, 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 AGÊNCIA colocará regularmente à disposição da PREFEITURA, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.(01 ponto).

III – REPERTÓRIO (10 pontos)

a) Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a AGÊNCIA 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).

15.3. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesitos 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) Ideia 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)

15.3.1. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no item 15.3., obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.

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

15.3.3. 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 termo.

15.3.3.1. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação dos quesitos 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.

15.3.4. A nota de cada AGÊNCIA corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

15.4. Será desclassificada a AGÊNCIA que:

- I – não observar as determinações e as exigências do Termo de Referência;
- II - Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos de sua Proposta Técnica;



III – não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
 IV – tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.

15.5. Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as AGÊNCIAS que obtiverem as maiores notas, observadas as condições mínimas.

15.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das AGÊNCIAS 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.

15.6.1. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista N segunda chamada da reunião de licitação ou em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as AGÊNCIAS.

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

JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

15.8. Na sessão pública designada pela Comissão de Licitações serão abertos os Invólucros n. 4 – Proposta Comercial – que serão rubricadas pela Comissão de Licitação e pelas AGÊNCIAS presentes ou por comissão de até três pessoas que representem as AGÊNCIAS, por escolha das agências participantes presentes à sessão.

15.8.1. Feita a classificação das Propostas Comerciais, serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios abaixo:

a) Percentual de honorários sobre (i) a produção e a execução técnica de peça e/ou material, (ii) o planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) a 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 quesito 14.1:

Pontos	Percentual de honorários
20	10 a 12%
10	De 13% a 14%



05	15%
----	-----

b) Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais (SINAPRO-MG) que estiver em vigor, fixados nos limites estabelecidos no quesito 14.1:

Pontos	Desconto sobre a tabela de custos internos
20	75% ou acima de 75%
15	70%
10	60%
05	50%

15.8.2. 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 Patos de Minas

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

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

15.9. 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

15.9.1. 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) Ideia Criativa;
- c) Raciocínio Básico e Estratégia de Mídia e Não-mídia



15.9.2. Após a utilização do critério de desempate disposto no item 15.9.1, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio.

15.9.3. Não se considerará qualquer oferta e vantagem não prevista no Termo de Referência, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras AGÊNCIAS.

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

15.9.5. Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas as AGÊNCIAS mais bem classificadas no julgamento final, com a aplicação da média ponderada, entre as Propostas Técnicas e de preços.

16. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

16.1. A simples participação no certame evidencia ter as AGÊNCIAS examinado cuidadosamente o Termo de Referência, seus anexos e se inteirado de todos os seus detalhes e, com eles, haver concordado.

Patos de Minas, 18 de agosto de 2022.

Breno Augusto de Sousa Teixeira
Diretora de Comunicação Social



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS

UM NOVO TEMPO > PARA UMA NOVA CIDADE

ANEXO I PARTE 1 BRIEFING

Cliente: Prefeitura de Patos de Minas – Minas Gerais

Campanha: Patos 2050

Contextualização

A atual gestão (2021-2024) assumiu a Prefeitura de Patos de Minas em janeiro de 2021. Com a proposta de um governo fundamentado no diálogo, na inovação e na integração, a administração tem o desafio de colocar o município em outro patamar de desenvolvimento. Isso porque somos uma cidade com significativa qualidade de vida, desenvolvimento econômico e geração de empregos em expansão, estando entre as principais do estado de Minas Gerais. Patos de Minas também apresenta vários desafios, possuindo alguns problemas crônicos que não condizem com seu potencial, como trânsito deficiente e pouco planejado, o que gera problemas de mobilidade urbana, e sérias deficiências no setor de saúde, uma vez que a cidade é polo regional, responsável por mais de 800 mil vidas, e conta com hospitais públicos com baixa capacidade de atendimento.

Assim, antes mesmo de assumir a administração municipal, ainda durante a campanha, a futura equipe de governo concebeu a ideia de um programa para planejar o futuro de Patos de Minas de forma participativa, planejada e contínua, que projetasse o futuro da cidade para 2050 e estabelecesse metas para atingir esse objetivo.

Programa Patos 2050

Diversos fatores influenciam no desenvolvimento de uma cidade, e o gestor público tem a responsabilidade de enxergar para além do seu mandato. O que irá diferenciar a administração nesse processo é sua capacidade de ouvir e considerar os anseios da população e, assim, projetar e executar soluções que contribuam ao longo do tempo para a melhoria da qualidade de vida de todas e todos.

Patos 2050 é um convite a projetar a nossa cidade a patamares muito melhores, com a perspectiva do desejo e do que compõe a felicidade de cada um. É ter uma visão de longo prazo sobre o que os patenses e patenses esperam para o futuro, entendendo que estamos inseridos em um contexto de mudanças, novos desafios e necessidade de avançarmos em aspectos que impedem o pleno desenvolvimento urbano e da saúde de uma cidade como Patos de Minas, que possui tanto potencial a ser aproveitado.

A partir disso, é preciso desenhar os caminhos de desenvolvimento que nos levarão à realização desses planos e direcionar esforços para que eles se concretizem. Isso significa que todos os nossos projetos, programas e propostas para a cidade devem considerar onde queremos estar daqui a alguns anos.

Esse será um marco divisor para Patos de Minas, possibilitando uma cidade mais organizada, humanizada, que visa o melhor para toda a população e que valoriza os espaços públicos e a



melhoria da saúde pública. Para isso, três valores sustentarão as ações do governo de todos, sendo os pilares para definição dos objetivos e estratégias a serem alcançados.

Esse é um assunto que deverá ser norteadado pelo diálogo e pelo incentivo da participação popular. A integração de necessidades e vontades em prol do bem comum será um exercício constante, e a inovação na forma de pensar e agir será o caminho capaz de viabilizar o desenvolvimento de um projeto inclusivo, sustentável e voltado para a felicidade das pessoas.

Patos 2050 tem como objetivo definir um plano de ação, apresentando estratégias, programas e projetos que possam ser atualizados periodicamente de acordo com os resultados obtidos em cada ação. Nesse sentido o programa será como um guia e não como um plano rígido.

O foco está em uma cidade com mais e melhores oportunidades para os cidadãos, que identifica oportunidades na integração do seu território e que tem atuação conjunta com outros municípios para promover a melhoria da qualidade de vida e o desenvolvimento socioeconômico da região na qual está inserida.

Uma cidade onde seja fácil transitar de um lugar para o outro, onde cultura, esporte e lazer sejam ofertados de forma diversificada a todos, independentemente das limitações existentes, com serviço público de qualidade e com condições para que a servidora e o servidor público desempenhem o papel de servir a população da melhor forma.

Objetivos da comunicação

A nossa proposta é que esse seja um projeto desenvolvido em conjunto com a sociedade, considerando as particularidades de cada região da nossa cidade e dando oportunidade para entendimento e participação de cada um dos patenses.

Espera-se que a campanha de comunicação cumpra os seguintes objetivos:

- explicar o conceito do Programa Patos 2050;
- engajar a sociedade patense e patureba no desenvolvimento do programa;
- fazer com que o servidor público se aproprie da construção do plano como parte fundamental de sua evolução;
- conseguir participação dos diversos setores e regiões nas audiências públicas regionais e geral;
- apresentar o plano, quando pronto;
- apontar o caminho para prestação de contas constante à comunidade da implementação do plano.



PREFEITURA DE
PATOS DE MINAS

UM NOVO TEMPO > PARA UMA NOVA CIDADE

Palavras-chave

Saúde

Futuro

Organização

Pleno desenvolvimento

Desenvolvimento planejado

Diálogo

Integração

Inovação

Continuidade

Verba para a campanha:

R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais)



**PREFEITURA DE
PATOS DE MINAS**
UM NOVO TEMPO > PARA UMA NOVA CIDADE

**ANEXO I
PARTE 2**

**PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

Campanha: _____

Avaliador 01, 02 ou 3: _____

Visto: _____

QUESITO	PONTUAÇÃO
Raciocínio Básico (Máximo 05 pontos)	
Das funções e do papel da PREFEITURA no contexto social, político e econômico – 1 ponto.	
Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PREFEITURA MUNICIPAL com seus públicos – 1 ponto.	
Das características da PREFEITURA MUNICIPAL e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária - 1 ponto.	
O desafio de comunicação expresso no <i>briefing</i> – 2 pontos.	
TOTAL	
Observações:	



**PREFEITURA DE
PATOS DE MINAS**

UM NOVO TEMPO > PARA UMA NOVA CIDADE

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 25 pontos)	
Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da PREFEITURA e ao desafio de comunicação – 7 pontos;	
Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos - 4 pontos.	
Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da PREFEITURA com seus públicos - 2 pontos.	
Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação - 7 pontos.	
Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta - 3 pontos.	
Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária, o desafio de comunicação expresso no <i>briefing</i> , seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível - 2 pontos.	
TOTAL	
Observações:	



PREFEITURA DE
PATOS DE MINAS
 UM NOVO TEMPO > PARA UMA NOVA CIDADE

QUESITO	PONTUAÇÃO
Ideia Criativa (Máximo 25 pontos)	
Adequação ao desafio de comunicação - 5 pontos.	
Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela AGÊNCIA - 3 pontos.	
Adequação ao universo cultural do público-alvo - 1 ponto.	
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta - 2 pontos.	
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem - 3 pontos.	
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta - 2 pontos.	
Pertinência às atividades de comunicação da PREFEITURA, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico - 3 pontos.	
Desdobramentos comunicativos que ensejam, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados - 3 pontos.	
Exequibilidade das peças e/ou do material - 1 ponto.	
Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos - 2 pontos.	
TOTAL	
Observações:	



**PREFEITURA DE
PATOS DE MINAS**

UM NOVO TEMPO > PARA UMA NOVA CIDADE

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 15 pontos)	
Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público alvo - 2 pontos.	
Capacidade analítica evidenciada no exame destes hábitos - 2 pontos.	
Consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores - 4 pontos.	
Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da PREFEITURA – 1 ponto.	
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e ou do material - 3 pontos.	
Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa - 3 pontos.	
TOTAL	
Observações:	



**PREFEITURA DE
PATOS DE MINAS**

UM NOVO TEMPO > PARA UMA NOVA CIDADE

**ANEXO I
PARTE 3**

**PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

Campanha: _____

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Raciocínio Básico (Máximo 5 pontos)			
Das funções e do papel da PREFEITURA no contexto social, político e econômico – 1 ponto.			
Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PREFEITURA MUNICIPAL com seus públicos – 1 ponto.			
Das características da PREFEITURA MUNICIPAL e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária - 1 ponto.			
O desafio de comunicação expresso no <i>briefing</i> – 2 pontos.			
TOTAL DO QUESITO			
NOTA MÉDIA DO QUESITO			



PREFEITURA DE
PATOS DE MINAS

UM NOVO TEMPO > PARA UMA NOVA CIDADE

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 25 pontos)			
Adequação do partido temático e do conceito proposto à natureza e à qualificação da PREFEITURA e ao seu desafio de comunicação – 7 pontos;			
Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto - 4 pontos.			
Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da PREFEITURA com seus públicos - 2 pontos.			
Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação - 7 pontos.			
Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta - 3 pontos.			
A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária, o desafio de comunicação expresso no <i>briefing</i> , seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível - 2 pontos.			
TOTAL DO QUESITO			
NOTA MÉDIA DO QUESITO			



**PREFEITURA DE
PATOS DE MINAS**

UM NOVO TEMPO > PARA UMA NOVA CIDADE

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Ideia Criativa (Máximo 25 pontos)			
Adequação ao desafio de comunicação - 5 pontos.			
Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela AGÊNCIA - 3 pontos.			
Adequação ao universo cultural do público-alvo - 1 ponto.			
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta - 2 pontos.			
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem - 3 pontos.			
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta - 2 pontos.			
Pertinência às atividades de comunicação da PREFEITURA, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico - 3 pontos.			
Desdobramentos comunicativos que ensejam, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados - 3 pontos.			
Exequibilidade das peças e/ou do material - 1 ponto.			
Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos - 2 pontos.			
PONTUAÇÃO DO QUESITO			



**PREFEITURA DE
PATOS DE MINAS**

UM NOVO TEMPO > PARA UMA NOVA CIDADE

NOTA MÉDIA DO QUESITO				
QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03	
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 15 pontos)				
Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público-alvo - 2 pontos.				
Capacidade analítica evidenciada no exame destes hábitos - 2 pontos.				
Consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores - 4 pontos.				
Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da PREFEITURA – 1 ponto.				
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e ou do material - 3 pontos.				
Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa - 3 pontos.				
PONTUAÇÃO DO QUESITO				
NOTA MÉDIA DO QUESITO				
NOTA TOTAL DA CAMPANHA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (NTPCP)				



PREFEITURA DE
PATOS DE MINAS

UM NOVO TEMPO > PARA UMA NOVA CIDADE

**Observações:**

- 1) A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuída a este for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, conforme inc. VII, art. 6º da Lei 12.232/2010.
- 2) A nota média de cada quesito corresponderá à soma das notas atribuídas pelos avaliadores dividindo pelo número de avaliadores, com no máximo duas casas decimais, desprezando-se as demais, sem qualquer arredondamento.
- 3) A nota total da campanha – Plano de Comunicação Publicitária (NTPCP) corresponderá à soma das notas médias dos quesitos.



**PREFEITURA DE
PATOS DE MINAS**
UM NOVO TEMPO > PARA UMA NOVA CIDADE

**ANEXO I
PARTE 4**

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da AGÊNCIA: _____

Avaliador 01, 02 ou 03 _____

Visto: _____

QUESITO	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 10 pontos)	
Porte e a tradição dos clientes atuais da AGÊNCIA e o conceito de seus produtos e serviços no mercado - 1 ponto.	
Experiência dos profissionais da AGÊNCIA em atividades publicitárias - 3 pontos.	
Adequação das qualificações e das quantificações destes profissionais à estratégia de comunicação publicitária da PREFEITURA - 3 pontos.	
Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato - 1 ponto.	
Operacionalidade do relacionamento entre da PREFEITURA e a AGÊNCIA, esquematizado na Proposta - 1 ponto.	
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 AGÊNCIA colocará regularmente à disposição da PREFEITURA, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato – 1 ponto.	
TOTAL	
Observações:	



PREFEITURA DE
PATOS DE MINAS

UM NOVO TEMPO > PARA UMA NOVA CIDADE

QUESITO	PONTUAÇÃO
Repertório (Máximo 10 pontos)	
Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a AGÊNCIA se propôs a resolver – 4 pontos.	
Qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou do material – De 4 pontos.	
Clareza da exposição das informações prestadas – 2 pontos.	
TOTAL	
Observações:	



PREFEITURA DE
PATOS DE MINAS

UM NOVO TEMPO > PARA UMA NOVA CIDADE

QUESITO	PONTUAÇÃO
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (Máximo 10 pontos)	
Evidência de planejamento publicitário – 2 pontos.	
Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução – 3 pontos.	
Relevância dos resultados apresentados – 3 pontos.	
Concatenação lógica da exposição - 02 pontos.	
TOTAL	
Observações:	



**PREFEITURA DE
PATOS DE MINAS**

UM NOVO TEMPO > PARA UMA NOVA CIDADE

**ANEXO I
PARTE 5
PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE**

Identificação da AGÊNCIA: _____

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Capacidade de Atendimento (Máximo 10 pontos)			
Porte e a tradição dos clientes atuais da AGÊNCIA e o conceito de seus produtos e serviços no mercado - 1 ponto.			
Experiência dos profissionais da AGÊNCIA em atividades publicitárias - 3 pontos.			
Adequação das qualificações e das quantificações destes profissionais à estratégia de comunicação publicitária da PREFEITURA - 3 pontos.			
Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato - 1 ponto.			
Operacionalidade do relacionamento entre da PREFEITURA e a AGÊNCIA, esquematizado na Proposta - 1 ponto.			
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 AGÊNCIA colocará regularmente à disposição da PREFEITURA, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato - 1 ponto.			



PREFEITURA DE
PATOS DE MINAS

UM NOVO TEMPO > PARA UMA NOVA CIDADE

PONTUAÇÃO DO QUESITO			
NOTA MÉDIA DO QUESITO			
QUESITO	AVALIADOR	AVALIADOR	AVALIADOR
Repertório (Máximo 10 pontos)	01	02	03
Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a AGÊNCIA se propôs a resolver – 4 pontos.			
Qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou do material – 4 pontos.			
Clareza da exposição das informações prestadas – 2 pontos.			
PONTUAÇÃO DO QUESITO			
NOTA MÉDIA DO QUESITO			



PREFEITURA DE
PATOS DE MINAS

UM NOVO TEMPO > PARA UMA NOVA CIDADE

QUESITO	AVALIADOR	AVALIADOR	AVALIADOR
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (Máximo 10 pontos)	01	02	03
Evidência de planejamento publicitário – 2 pontos.			
Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução – 3 pontos.			
Relevância dos resultados apresentados – 3 pontos.			
Concatenação lógica da exposição – 2 pontos.			
PONTUAÇÃO DO QUESITO			
NOTA MÉDIA DO QUESITO			
NOTA TOTAL DA AGÊNCIA – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE (NTCIP)			



PREFEITURA DE
PATOS DE MINAS

UM NOVO TEMPO > PARA UMA NOVA CIDADE

**Observações:**

- 1) A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuída a este for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, conforme inc. VII, art. 6º da Lei 12.232/2010.
- 2) A nota média de cada quesito corresponderá à soma das notas atribuídas pelos avaliadores dividindo pelo número de avaliadores, com no máximo duas casas decimais, desprezando-se as demais, sem qualquer arredondamento.
- 3) A nota total da AGÊNCIA –Conjunto de Informações sobre a Proponente (NTCIP) corresponderá à soma das notas médias dos quesitos.



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

ANEXO I
 PARTE 6
**RESUMO GERAL DA AVALIAÇÃO
 PROPOSTA TÉCNICA**

Identificação da AGÊNCIA: _____

Campanha: _____

ITEM	NOTA
Nota Total da Campanha – Plano de Comunicação Publicitária (NTPCP)	
Nota Total da AGÊNCIA – NTCIP	

NOTA TOTAL TÉCNICA DA AGÊNCIA (NTT)	
--	--



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

ANEXO I
 PARTE 7

ROTEIRO PARA PONTUAÇÃO COMERCIAL

Identificação da AGÊNCIA: _____

QUESITO	PONTUAÇÃO
Percentual de desconto sobre os custos internos baseado na tabela referencial de preços vigente do SINAPRO - Sindicato das Agências de Minas Gerais.	
Percentual de honorários sobre os custos de produção realizada por terceiros ou custo efetivo dos serviços de suprimentos contratados, cuja distribuição não proporcione à AGÊNCIA, o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/65.	
NOTA COMERCIAL TOTAL (NCT)	
Observações:	



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

ANEXO II

MODELO DE DECLARAÇÃO

Referência: Licitação promovida pela Prefeitura Municipal de Patos de Minas
Concorrência n. 13/2022

Empresa inscrita no CNPJ n.por intermédio de seu representante o(a) Sr(a)....., portador (a) da Carteira de Identidade RG. N. e do CPF....., DECLARA sob as penas da Lei:

- 1) Conhecimento do instrumento convocatório; ter recebido o **invólucro n. 1**, assim como todos os documentos e informações necessários à participação na Concorrência, conhecendo e acatando as condições para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;
- 2) Atendimento à Lei 8.666/93: que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos:
 - () Ressalva: contratar menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz.
(em caso afirmativo, assinalar).
- 3) Inexistência de impedimentos para a participação:

Que não incorre em nenhum dos casos relacionados no **item 2.2.** deste Edital.

- 4) Elaboração independente de Proposta:
 - a) Que a proposta apresentada foi elaborada de maneira independente;
 - b) Que a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da desta Concorrência, 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 dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;
 - d) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação; e
 - e) Que o conteúdo da proposta apresenta da para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da Prefeitura Municipal antes da abertura oficial das propostas.

....., de de 20....

CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA
IDENTIFICAÇÃO DO CARGO/FUNÇÃO DO FIRMATÁRIO.



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

ANEXO III

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

Referência: Licitação promovida pela Prefeitura Municipal de Patos de Minas.
Concorrência n. 13/2022.

Nome empresarial da licitante:
CNPJ n.
Endereço, telefone e e-mail:
Validade da proposta(.....) dias (no mínimo 60 dias), a partir da data de sua apresentação.

1) Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência n. 13/2022, promovida pela Prefeitura Municipal de Patos de Minas, serão cobrados os seguintes honorários:

- a) Honorários de% (.....) sobre os custos (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material; (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;
- 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);

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 Patos de Minas a esse título.

2) Declaramo-nos cientes de que a Prefeitura Municipal de Patos de Minas procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

3) Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Nona da Minuta de Contrato (ANEXO V).

.....dede 20.....

CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA
IDENTIFICAÇÃO DO CARGO/FUNÇÃO DO FIRMATÁRIO

Observação: a proposta de preço deverá ser elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por seu representante, cuja competência para prática deste ato deverá ser documentalmente comprovada.



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

ANEXO IV

DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Declaramos para os devidos fins que a empresa (nome e CNPJ da licitante), estabelecida à (endereço da licitante), fornece(u) executa(ou) para (nome e CNPJ da empresa emitente), estabelecida à (endereço da empresa emitente), no período de/...../..... a/...../..... o(s) serviço(s) abaixo especificado(s), de forma adequada, atingindo plenamente os objetivos por nós desejados:

SERVIÇOS: (como tal definidos no art. 2º e no seu parágrafo 1º, incisos I e II, a Lei 12.232/2010.

....., de de 20.....

CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DA EMPRESA EMITENTE

Atenção: não serão aceitas declarações emitidas para agências de propaganda ou para suas respectivas filiais, que não sejam aquelas que efetivamente tenham assinado o contrato com a emitente.



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

ANEXO V

MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO N./20..., PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE.

A PREFEITURA MUNICIPAL DE PATOS DE MINAS, inscrita no CNPJ.MF sob n. 18.602.011/0001-07, doravante denominada simplesmente PREFEITURA, representada, neste ato, pelo seu Prefeito Municipal, Sr. Luis Eduardo Falcão Ferreira, e de outro lado, a Agência de Publicidade, inscrita no CNPJ sob n....., com sede em....., doravante denominada simplesmente CONTRATADA, por seu(s) representante(s) legal(is)carteira de identidade RG. n. e CPF. n., resolvem de comum acordo firmar o presente CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, doravante designado simplesmente CONTRATO, que será regido pelas seguintes cláusulas:

1. CLAÚSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1.1. O presente instrumento tem origem na Concorrência n. 13/2022, à qual se encontra vinculado, e tem por objeto a contratação da prestação de serviços de publicidade à PREFEITURA.

1.1.1. Compreendem os serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de comunicação.

1.1.1.1. Também integram o objeto deste CONTRATO, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

I – à produção e à execução técnica das peças e projetos criados;

II – ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;

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

1.1.1.2. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.1.1.1.,II, terão a finalidade de:

I – gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da PREFEITURA, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

II – aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

III – possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.2. Não estão abrangidas por esta contratação as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 1.2 o patrocínio de mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

1.3. A CONTRATADA atuará apenas de acordo com solicitação da PREFEITURA.

1.4. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto deste CONTRATO.

2. CLÁUSULA SEGUNDA – DA VIGÊNCIA

2.1. O período de vigência deste CONTRATO será de 12 (doze) meses, com início a partir de sua assinatura.

2.2. Este CONTRATO poderá ser prorrogado, nos termos da lei, limitada sua vigência a 60 (sessenta) meses, nos termos do art. 57 inciso II da Lei nº 8.666/93.

2.2.1. A decisão sobre a prorrogação observará o resultado das avaliações trimestrais previstas no subitem 6.4.

2.2.2. As prorrogações serão formalizadas por meio de Termo Aditivo e publicadas na imprensa oficial.

3. CLÁUSULA TERCEIRA – DO VALOR DO CONTRATO E DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1. A soma das despesas com o contrato resultante desta Concorrência está estimada em R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais), pelos primeiros 12 (doze) meses.

3.2. As despesas decorrentes da contratação, objeto desta licitação, correrão por conta dos recursos consignados nas dotações orçamentárias de Propaganda e Publicidade conforme abaixo:

- 94 – 020100 04 131 0003 2.0006 0000 339039 – Comunicação e Transparência Municipal;
- 1312 – 090100 10 131 0014 2.0372 0000 339039 – Coordenação Geral de Comunicação Social do SUS

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

4. CLAUSULA QUARTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

4.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste CONTRATO ou dele decorrentes:

4.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

4.1.1.1. Os serviços indicados no subitem 1.1.1. deverão ser executados por meio dos profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na Proposta Técnica apresentada na Concorrência n. 13/2022, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior mediante comunicação prévia à PREFEITURA.

4.1.2. Centralizar o comando da publicidade da PREFEITURA em Patos de Minas comprovando em até 30 (trinta) dias da assinatura deste CONTRATO, que nele mantém, para esse fim, escritório, sucursal, filial ou sede, com estrutura de atendimento que atenda as condições do contrato.

4.1.2.1. **Os profissionais designados para o escritório, sucursal, filial ou sede em Patos de Minas, deverão ter experiência equivalente ou superior à daqueles indicados na proposta técnica.**

4.1.2.2. 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, outros complementares ou acessórios pertinentes a este CONTRATO, observado o atendimento às condições contratuais.

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

4.1.4. Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste CONTRATO, de acordo com os prazos e demais especificações estipulados pela PREFEITURA.

4.1.4.1. A CONTRATADA executará os serviços indicados no subitem 1.1.1., diretamente, com seus próprios recursos.

4.1.4.2. A CONTRATADA poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários à execução das atividades complementares a que se refere o subitem 1.1.1.1., fornecedores de serviços especializados.

4.1.4.2.1. 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 AGÊNCIA por conta e ordem da PREFEITURA.

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

4.1.4.2.3. 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.



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

4.1.5. 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.

4.1.5.1. 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.

4.1.5.1.1. 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.

4.1.5.1.2. 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.

4.1.5.1.2.1. Se o ressarcimento não for realizado no prazo indicado no subitem **4.1.5.1.2.**, o valor poderá ser glosado pela PREFEITURA ou descontado da garantia contratual, 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 IGPM (FGV).

4.1.6. 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.

4.1.7. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.

4.1.7.1. 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.

4.1.7.1.1. O disposto no subitem **4.1.7.1.** 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.

4.1.7.1.2. 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.

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



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

4.1.8. 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 contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

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;

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

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

4.1.8.3. 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.

4.1.8.4. As disposições do subitem 4.1.8. não se aplicam à compra de mídia.

4.1.8.5. As condições do subitem 4.1.8, I e II, não se aplicam à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado.

4.1.9. Encaminhar, a cada 03 (três) 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 pendrive e/ou DVD e/ou arquivos digitais;



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

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.

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

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

4.1.9.3. Caso as mídias indicadas nos incisos I a IV do subitem 4.1.9. se tornem tecnologicamente obsoletas, a PREFEITURA indicará mídia substituta para envio da cópia das peças produzidas.

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

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

4.1.11.1. O portfólio deverá ser entregue trimestralmente, até o final do último mês de vigência do contrato ou de sua prorrogação e abranger todas as ações realizadas neste CONTRATO durante o período vigente..

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

4.1.12. Entrega à PREFEITURA cópia dos comprovantes de pagamentos feitos a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até **o dia 6 do mês subsequente** ao do pagamento realizado pela PREFEITURA.

4.1.13. 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.

4.1.13.1. 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.

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

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



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

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 deste CONTRATO e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

4.1.15.1. A agência se reunirá com a PREFEITURA, em até 30 (trinta) 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.

4.1.15.1.1. Aprovada pela PREFEITURA, a proposta passará integrar este CONTRATO, ressalva a possibilidade de ajustes, sempre que necessário à manutenção do banco/acervo virtuais.

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

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

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

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

4.1.18. Manter, durante a execução deste 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.

4.1.18.1. 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.

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

4.1.20. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste 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.

4.1.20.1. 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.



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

4.1.20.2. Sempre que solicitados pela PREFEITURA, a AGÊNCIA deverá apresentar a comprovação de estarem sendo recolhidos todos os seus encargos e cumpridas as obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

4.1.21. 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 subitem 3.1., facultada a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes.

4.1.22. 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.

4.1.23. 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.

4.1.24. 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.

4.1.25. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 anos após a extinção deste CONTRATO.

5. CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DA PREFEITURA

5.1. Constituem obrigações da PREFEITURA, além das demais previstas neste CONTRATO ou dele decorrentes:

5.1.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA, observado o subitem 4.1.5. e respectivos subitens.

5.1.2. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

5.1.3. Fiscalizar a execução deste CONTRATO e subsidiar a CONTRATADA com informações e/ou comunicações úteis e necessárias ao melhor e fiel cumprimento das obrigações.

5.1.4. Comunicar à AGÊNCIA toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos verbais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, em comunicação impressa ou por e-mail, no prazo de até 24 (vinte e quatro) horas.

5.1.5. Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

5.1.6. Avaliar a qualidade dos serviços, podendo rejeitá-los no todo ou em parte, caso estejam em desacordo com o constante neste instrumento.

5.1.7. Fornecer material institucional em mídia, impressa ou digital para que a AGÊNCIA repasse as informações à mão de obra subcontratada, para que a mesma fique alinhada aos objetivos da PREFEITURA.

5.1.1. Obedecer ao que determina o parágrafo 1º, art. 37 da Constituição Federal que determina



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

que a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores 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.

6. CLÁUSULA SEXTA – DA EXECUÇÃO, GESTÃO E AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS

6.1. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço objeto deste CONTRATO após sua respectiva aprovação formal pela PREFEITURA.

6.1.1. A PREFEITURA poderá acompanhar a execução dos serviços contratados, juntamente com um representante credenciado pela CONTRATADA.

6.1.2. A aprovação dos serviços não afasta a responsabilidade da CONTRATADA quanto à sua perfeita execução.

6.2. Os serviços contratados poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao especificado.

6.2.1. A não aceitação de serviços objeto deste CONTRATO, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da PREFEITURA.

6.2.1.1. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que o serviço, quando não aceito, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado a suas expensas e nos prazos estipulados pela PREFEITURA, observado o subitem 4.1.5.

6.3. A gestão deste CONTRATO pela PREFEITURA será realizada pelo Assessor Especial de Desenvolvimento Econômico.

6.3.1. A fiscalização deste CONTRATO em nada restringem a responsabilidade da CONTRATADA pela execução dos serviços e será exercida pela Diretoria de Comunicação Social.

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

6.3.3. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da PREFEITURA ou auditoria externa por esta indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito à execução deste CONTRATO.

6.3.4. Serão anotadas registradas todas as ocorrências relacionadas com a execução contratual, cabendo à CONTRATADA atender, no prazo estipulado pela PREFEITURA às determinações para regularização das faltas ou defeitos observados.



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

6.4. A PREFEITURA realizará, trimestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos, dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela CONTRATADA e do atendimento ao subitem 4.1.7.

6.4.1. Sem prejuízo de outras finalidades com objetivo semelhante ou complementar, a avaliação trimestral será considerada instrumento para:

- I - solicitar à CONTRATADA a melhora da qualidade dos serviços prestados;
- II – subsidiar decisão sobre prorrogação e rescisão contratuais;
- III – subsidiar declaração sobre desempenho da CONTRATADA.

7. CLÁUSULA SÉTIMA – DA REMUNERAÇÃO

7.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada por honorários de % (.....) sobre os custos (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material; (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.

7.2. Os honorários serão calculados sobre o preço faturado pelos fornecedores.

7.3. Pelos serviços de criação e execução interna, a AGÊNCIA receberá o valor correspondente indicado na Tabela 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).

7.4. Despesas com deslocamento de profissionais da AGÊNCIA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratadas, serão de responsabilidade da CONTRATADA.

8. CLÁUSULA OITAVA – DESCONTO DE AGÊNCIA

8.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Sétima, a AGÊNCIA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei n. 4.680/65 e do Decreto n. 57.690/66.

8.1.1. O desconto de que trata o subitem precedente será concedido à AGÊNCIA pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da PREFEITURA, nos termos do art. 19 da Lei n. 12.232/2010.

8.2. Como o valor do contrato será inferior ao de R\$2.500.000,00, a CONTRATADA NÃO REPASSARÁ à PREFEITURA NENHUM desconto do valor da mídia efetivamente contratada sobre o valor acertado para cada veiculação, correspondente ao repasse parcial dos honorários de



veiculação, pagos pelos Veículos de Comunicação à agência de publicidade, de acordo com as Normas Padrão.

9. CLÁUSULA NONA – DOS DIREITOS AUTORAIS

9.1. 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.

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

9.1.2. O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração definidas nas **cláusulas sétima e oitava**.

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

9.2. 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.

9.3. 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.

9.4. 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.

9.4.1. 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.

10. CLÁUSULA DÉCIMA – DA LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

10.1. Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pela PREFEITURA, a CONTRATADA deverá apresentar:

I – a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da PREFEITURA MUNICIPAL DE PATOS DE MINAS, CNPJ. N. 18.602.011/0001-07, contendo o número deste CONTRATO e os seguintes dados da CONTRATADA:

Banco (nome e número)

Agência (nome e número)

Conta Corrente (número)



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

- a) Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas tempestiva e formalmente à PREFEITURA, ficando a CONTRATADA responsável pelos prejuízos decorrentes da falta ou intempestividade da informação.
- b) O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais e na conta corrente utilizada para pagamento às CONTRATADAS deverá ser o CNPJ da CONTRATADA constante do preâmbulo deste CONTRATO.
- c) Quando referente ao pagamento de fornecedores e veículos, a nota fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou produção do serviços e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ.

II – a primeira via do documento fiscal do fornecedor de serviços especializado ou do veículo:

- a) O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais dos fornecedores de serviço especializado deverá ser o mesmo da cotação de preços que norteou a contratação.

III – os documentos comprobatórios da execução dos serviços especializados e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega;

IV – os documentos comprobatórios da demonstração do valor devido ao veículo, da sua respectiva tabela de preços, da descrição dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e da efetiva veiculação, sendo este último providenciado sem ônus para a PREFEITURA.

- a) Na ocorrência de falha em uma programação em mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso IV a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

10.1.1. O comprovante de veiculação a que se refere o subitem 10.1, IV é constituído por:

I – revista e anuário: exemplar original;

II – jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do jornal e praça;

III – demais meios: relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente ou por um dos seguintes documentos:

- a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

a.1) Como alternativa ao procedimento previsto na alínea “a”, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea “a” deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento “composto” contenha todas as informações previstas na alínea “a”.

- b) Mídia Exterior:



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

i. Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as horas, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

ii. Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração..

iii. Carro de Som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração.

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente acompanhado do print da tela.

10.1.1.1. As formas de comprovação de veiculação em mídia não previstas nas alíneas “a”, “b”, e “c” do subitem 10.1.1., III, serão estabelecidas formalmente pela PREFEITURA, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

10.1.2. Compete ao Gestor do contrato, a conferência dos preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o artigo 15 da Lei n. 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos respectivos Planos de Mídia pela CONTRATADA à PREFEITURA.

10.2. Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à Diretoria de Comunicação Social da Prefeitura de Patos de Minas.

10.2.1. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços, a PREFEITURA a seu juízo, poderá devolvê-la para as devidas correções, ou aceita-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

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

10.2.1.2. A PREFEITURA não pagará nenhum acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste CONTRATO.

10.3. Antes da efetivação dos pagamentos, será verificada a comprovação de regularidade da CONTRATADA referente à:



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

- I – Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS, emitida pela Caixa Econômica Federal em vigor;
- II – Prova de regularidade perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), ou Certidão Positiva de Débitos Trabalhistas com os mesmos efeitos da CNDT conforme lei 12.440, de 07 de julho de 2011, em vigor;
- III – Prova de regularidade para com a Fazenda Federal e a Seguridade Social, mediante apresentação de certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, emitida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil ou pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional, em vigor;
- IV - Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual do domicílio ou sede da licitante, mediante apresentação de certidão emitida pela Secretaria competente do Estado em vigor;
- V – Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal do domicílio ou se da da Licitante, mediante apresentação de certidão emitida pela Secretaria competente do Município.

10.3.1. A CONTRATADA apresentará à PREFEITURA os documentos comprobatórios de manutenção de suas condições de habilitação, sempre que próximos aos seus respectivos vencimentos.

10.3.2. A não apresentação ou a irregularidade dos documentos listados no subitem 10.3 não acarretará retenção do pagamento. Entretanto, a CONTRATADA será comunicada quanto à apresentação de tais documentos em até 30 (trinta) dias, com a aplicação das penas cabíveis em caso de não atendimento.

10.4. A PREFEITURA efetuará o pagamento conforme calendário abaixo:

10.4.1. O atesto somente será realizado mediante a comprovação do cumprimento pela CONTRATADA de todas as condições pactuadas e ocorrerá em cinco dias úteis após a entrega da documentação pertinente, observado o subitem **10.3**.

10.4.1.1. Para efeito de contagem do prazo de atesto, a documentação recebida após as 14h00 será considerada entregue no dia útil subsequente.

10.4.2. Havendo atraso no pagamento pela PREFEITURA, o valor devido será corrigido financeiramente, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação *pro rata tempore* do IGPM (FGV).

10.5. A PREFEITURA não acata cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título em bancos ou outras instituições do gênero.

10.6. A PREFEITURA não é obrigada a pagar nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

10.7. Correrão por conta da CONTRATADA o ônus do prazo de compensação e todas as despesas bancárias decorrentes da transferência de crédito, assim como os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes de sua inobservância quanto aos prazos de pagamento.



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

10.8. A PREFEITURA, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigada pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA GARANTIA

11.1. A CONTRATADA prestará garantia, em favor da PREFEITURA, no valor de R\$.000,00 (..... reais), correspondente a 5% (cinco por cento) sobre o valor estimado no subitem 3.1, no prazo de 30 (trinta) dias contados a partir da data da assinatura do CONTRATO.

11.1.1. Caso não apresentada no prazo indicado, o valor correspondente poderá ser retido, nos mesmos termos do subitem 12.1.2.2., para a constituição da garantia sob a modalidade de caução em dinheiro.

11.1.2. O valor retido para constituição da garantia não afasta a aplicação da penalidade prevista no subitem 12.1, II, “d”, pelo atraso ocorrido até a data de sua integral constituição.

11.1.3. A validade da garantia deve corresponder ao período de vigência deste CONTRATO, acrescido de 90 dias.

11.1.4. A CONTRATADA poderá, a qualquer tempo, solicitar a substituição da garantia contratual por outra modalidade prevista na Lei 8.666/93.

11.2. A garantia deverá ser prestada em uma das seguintes modalidades, à escolha da CONTRATADA:

I – Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública, devendo estes ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda;

a) – A caução deverá ser depositada em nome da PREFEITURA, conforme dados abaixo:

BANCO: (denominação);

AGÊNCIA: N.....

CONTA CORRENTE: N.

II - seguro-garantia;

III – fiança bancária.

11.2.1. Se a opção da garantia recair em seguro garantia ou fiança bancária, no título apresentado deverá constar expressamente:

I – cobertura da responsabilidade decorrente de aplicação de multas de caráter punitivo;

II – vigência da garantia, observado o prazo previsto no subitem 11.1.3.;

III – cláusula de renúncia do fiador aos benefícios dos arts. 827 e 835 do Código Civil Brasileiro;

IV – o prazo máximo de pagamento da indenização de 30 (trinta) dias.

11.2.1.1. Quando apresentada em seguro-garantia ou fiança bancária, a CONTRATADA poderá apresentar mais de uma apólice para o atendimento integral das obrigações contratadas.



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

11.2.1.2. Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contiverem cláusulas contrárias aos interesses da PREFEITURA.

11.2.1.3. A carta de Fiança ou Apólice de Seguro-Garantia deverá ser acompanhada do rol exaustivo da documentação necessária à caracterização do sinistro para fins de indenização.

11.3. A CONTRATADA se obriga a complementar o valor da garantia, em até 72 (setenta e duas) horas contados da data da notificação da PREFEITURA, nos casos de uso, total ou parcial, do valor da garantia, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este CONTRATO, incluída a indenização a terceiros.

11.4. A garantia deverá ser renovada, na hipótese de prorrogação deste CONTRATO, ou atualizada no caso de alteração do valor contratual, em até 10 (dez) dias úteis contados da assinatura do respectivo Termo Aditivo.

11.5. A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 90 (noventa) dias, após o término do prazo de vigência deste CONTRATO, mediante certificação, por seus Gestores, de que os serviços foram realizados a contento e desde que tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

11.5.1. Na restituição de garantia realizada por caução em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação pro rata tempore do IGPM (FGV), verificada entre a data da prestação efetiva e a da devolução.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

12.1. Pela inexecução total ou parcial deste CONTRATO, poderão ser aplicadas à CONTRATADA as seguintes sanções, sem prejuízo da reparação dos danos causados à PREFEITURA:

I – Advertência por descumprimento de qualquer obrigação contratual.

II – Multa:

a) Não realização, no prazo definido pela PREFEITURA, de ação publicitária cuja data ou período de implantação se constitua elemento imprescindível à eficácia da comunicação: 10% (dez por cento) sobre o valor da veiculação e/ou produção não realizada;

b) Não quitação dos compromissos com fornecedores de serviços especializados e veículos, no prazo estabelecido no subitem 4.1.4.2.3.:

i. No período até o 15º dia de inadimplência: 0,00004% (quatro centésimos de milésimo por cento) do valor previsto no subitem 3.1, por dia de atraso;

ii. No período entre o 16º. e o 30º. dia de inadimplência: 0,00008% (oito centésimos de milésimo por cento) do valor previsto no subitem 3.1, por dia de atraso;

iii. Após o 30º. dia de inadimplência: multas indicadas nos subitens 12.1,II, c,,"i" e "ii" e rescisão contratual.



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

c) Atraso na apresentação, reposição, complementação ou atualização da garantia de execução contratual:

i. No período até o 10º dia útil de atraso, 1% (um por cento) do valor da garantia devida, por dia de atraso, até o limite de 10 (dez) dias úteis;

ii. Após o 10º dia útil de atraso, 50% (cinquenta por cento) do valor da garantia devida e rescisão contratual;

d) Rescisão unilateral deste CONTRATO por aplicação das hipóteses do subitem 13.1.1. e da Lei 8.666/93, art. 78, inciso I a XI e inciso XVIII: 0,5% (meio por cento) do valor previsto no subitem 3.1.

III – Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a PREFEITURA pelo período não superior a 02 (dois) anos, nos seguintes casos:

a) Não manutenção de situação regular em relação à Documentação de Habilitação;

b) Se a CONTRATADA der causa à rescisão unilateral deste CONTRATO, por descumprimento de suas obrigações;

c) Apresentação de documentos falsos ou falsificados;

d) Cometimento de falhar ou fraudes na execução deste CONTRATO.

IV – declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo previsto no parágrafo 3º, do art. 87, da Lei 8.666/93, que será aplicada nos seguintes casos:

a) Condenação definitiva por prática dolosa de fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

b) Prática de atos ilícitos, visando a frustrar os objetivos da contratação;

c) Demonstração de que não possui idoneidade para contratar com a Administração Pública.

12.1.1. As multas previstas nos subitens 12.1,II são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente.

12.1.1.1. O valor da multa deverá ser recolhido em até dois dias úteis, em qualquer agência do Banco, tendo como beneficiária a PREFEITURA MUNICIPAL DE PATOS DE MINAS, prazo após o qual, não havendo sua comprovação, poderá ser executado alternativamente:

I – dos créditos decorrentes deste CONTRATO, até o limite dos prejuízos causados à PREFEITURA;

II – dos créditos existentes em outros contratos, porventura vigentes entre a PREFEITURA e a CONTRATADA, até o limite dos prejuízos causados;

III – ou da execução da garantia contratual, para ressarcimento da PREFEITURA dos valores das multas e indenizações a ela devidos.



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

12.1.1.2. O valor previsto no subitem 3.1. será atualizado nos termos do subitem 3.1.1, para efeito do cálculo da multa.

12.1.2. A suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a PREFEITURA poderá também ser aplicada nos casos previstos nas alíneas do subitem 12.1, IV.

12.1.3. A penalidade de advertência e a penalidade de multa poderão ser aplicadas individualmente ou em conjunto com qualquer outra penalidade prevista no item 12.

12.1.4. Não serão aplicadas penalidades por ato decorrente de caso fortuito ou força maior, devidamente comprovados.

12.2. As penalidades serão aplicadas com observância aos princípios da ampla defesa e do contraditório e contraditório.

12.2.1. A notificação de irregularidade será efetuada por ciência no processo, por via postal, com aviso de recebimento, por telegrama, ou por outro meio que assegure a certeza da ciência do interessado.

12.2.1.1. Caso não seja possível a entrega da notificação ao contratado, pelos meios descritos no subitem 12.2.1., esta poderá ser feita mediante a publicação na imprensa oficial.

12.2.2. A notificação indicará o local onde será concedida vista do respectivo processo, sendo facultado à CONTRATADA transcrevê-lo ou o fotocopiar, total ou parcialmente, vedada sua retirada do âmbito da PREFEITURA.

12.2.3. A CONTRATADA terá 5 (cinco) dias úteis, contados da expedição da notificação, para apresentar defesa perante a autoridade administrativa que emitiu a notificação, mediante peça escrita contendo as razões de defesa acompanhadas, se houver, da respectiva documentação comprobatória.

12.2.3.1. O prazo para apresentação de defesa em caso da declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será de 10 (dez) dias.

12.2.3.2. A CONTRATADA poderá apresentar recurso contra aplicação de penalidade, mediante instrumento dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, a qual poderá reconsiderar sua decisão, ou fazê-la subir devidamente informada, para decisão pela autoridade superior.

12.2.3.3. A procedência da defesa implica o arquivamento do processo, e a sua improcedência, a aplicação da(s) penalidade(s) pertinente(s).

12.3. A aplicação das penalidades administrativas não exime a responsabilidade civil e penal da CONTRATADA.

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DA RESCISÃO CONTRATUAL



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

13.1. Este contrato poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, pelos motivos previstos no art. 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei n. 8.666/93, assim como, se a CONTRATADA:

- I – Utilizar este contrato, em qualquer operação financeira;
- II – for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- III – não manter suas condições de habilitação;
- IV – deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;
- V – não prestar garantia nos termos contratualmente previstos;
- VI – for envolvidas em escândalo público e notório;
- VII – quebrar o sigilo profissional;
- VIII – utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informação não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais.
- IX – motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes;
- X – atrasar por mais de 30 dias a implantação da estrutura em Patos de Minas, a alocação dos profissionais nesta estrutura ou o início da operação de atendimento publicitário.
- XI – não quitarem os compromissos com fornecedores de serviços especializados e veículos, configurando inadimplência superior a 30 dias da obrigação constante do subitem 4.1.4.2.3.;

13.1.1. Exceto quando se tratar de caso fortuito, força maior ou razões de interesse público, a rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, a retenção:

- I – dos créditos decorrentes deste contrato, até o limite dos prejuízos causados à PREFEITURA;
- II – dos créditos existentes em outros contratos, porventura vigente entre a PREFEITURA e a CONTRATADA, até o limite dos prejuízos causados;
- III – ou execução da garantia contratual, para ressarcimento da PREFEITURA dos valores das multas e indenizações a ela devidos.

13.1.2. Caso a retenção não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista no subitem 13.1.1., a CONTRATADA será notificada para, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da expedição da notificação, recolher o respectivo valor em agência do Banco

13.1.3.1 Em caso de associação da CONTRATADA com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá à PREFEITURA decidir justificadamente sobre a continuidade deste contrato.

13.2. A rescisão, por algum dos motivos previstos no subitem 13.1., não dará à CONTRATADA direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, com a exceção do que estabelece o art. 79, parágrafo 2º, da Lei 8.666/93.

13.3. Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do Processo Administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

13.4. A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

13.5. A revogação deste contrato poderá ser aplicada juntamente com as demais penalidades previstas na Cláusula Décima Segunda.

14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DISPOSIÇÕES GERAIS

14.1. A CONTRATADA deverá se guiar pelo Código de Ética dos Profissionais da Propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com as normas que regulam essa atividade, inclusive as normas éticas, estabelecidas pelo Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e pela Lei Anticorrupção.

14.2. A PREFEITURA providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos na imprensa oficial, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei 8.666/93.

14.3. As alterações contratuais serão promovidas em conformidade com a Lei 8.666/93

14.4. Além das disposições contidas neste CONTRATO, também é aplicável a Lei 12.232/2010 e complementarmente as Leis n. 4.680/65 e n. 8.666/93, assim como o Decreto n. 57.690/66.

14.5. A omissão ou tolerância da PREFEITURA em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhe afetará o direito de, a qualquer tempo, exigir o fiel cumprimento do avençado.

14.6. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas pela PREFEITURA na internet.

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

14.7. A responsabilidade imputada à CONTRATADA por prejuízos relacionados à execução deste contrato não cessa com o fim desta relação contratual.

14.8. Quando não mencionado em contrário, os prazos contados neste contrato são contados em dias corridos.

14.8.1. Na contagem dos prazos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento.

14.8.2. Será transferido para o dia útil subsequente o vencimento do prazo que ocorra em dia em que não haja expediente administrativo da PREFEITURA.

14.9. A juízo da PREFEITURA, as campanhas publicitárias da proposta vencedora da licitação que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída, com ou sem modificações na sua vigência.

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DO FORO

15.1 Fica eleito o foro da Comarca de Patos de Minas - MG como único competente para dirimir as



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

dúvidas ou controvérsias resultantes da interpretação deste contrato, renunciando a qualquer outro por mais privilegiado que seja.

E por estarem assim ajustadas, as partes, assinam o presente instrumento em 02 (duas) vias de igual teor e forma.

Patos de Minas, _____ de _____ de 2022.

Prefeito Municipal
PREFEITURA

CONTRATADA

FISCAL

TESTEMUNHAS:

1).....
Nome:
RG.

2)
Nome:
RG.



PREFEITURA DE PATOS DE MINAS
ADMINISTRAÇÃO

ANEXO VI

MODELO DA CARTA DE CREDENCIAMENTO

Ao
MUNICÍPIO DE PATOS DE MINAS
Ref.: CONCORRÊNCIA Nº 13/2022

A empresa _____ credencia o Sr(a) _____,
portador(a) do R.G. nº _____ e C.P.F. nº _____, nosso bastante
preposto, para representar-nos na presente Licitação, podendo, para tal, assinar documentos,
responder pela empresa em todos os atos relacionados ao processo licitatório, bem como desistir de
recorrer contra atos da Administração, em qualquer fase do certame.

Patos de Minas, ___ de _____ de 2022.

Empresa
Nome
Cargo

13_22 ed correto publicidade.docx

Documento número #d60b3c09-c944-497d-b5aa-4ccc65f726f7

Hash do documento original (SHA256): 6cc15d190af00380b1ea516caf8445ae5a3af04202cefea3fff8439537ba5f2b

Assinaturas

 **Christiane Teixeira Magalhaes**
Assinou em 24 ago 2022 às 11:13:25

Log

- 24 ago 2022, 10:55:21 Operador com email licitacoes@patosdeminas.mg.gov.br na Conta 8a455e54-aeed-4e80-a406-394acbe8d2cb criou este documento número d60b3c09-c944-497d-b5aa-4ccc65f726f7. Data limite para assinatura do documento: 23 de setembro de 2022 (10:54). Finalização automática após a última assinatura: habilitada. Idioma: Português brasileiro.
- 24 ago 2022, 10:56:30 Operador com email licitacoes@patosdeminas.mg.gov.br na Conta 8a455e54-aeed-4e80-a406-394acbe8d2cb adicionou à Lista de Assinatura: licitacoes@patosdeminas.mg.gov.br para assinar, via E-mail, com os pontos de autenticação: Token via E-mail; Nome Completo; endereço de IP. Dados informados pelo Operador para validação do signatário: nome completo Christiane Teixeira Magalhaes.
- 24 ago 2022, 11:13:25 Christiane Teixeira Magalhaes assinou. Pontos de autenticação: Token via E-mail licitacoes@patosdeminas.mg.gov.br. IP: 187.72.229.145. Componente de assinatura versão 1.346.0 disponibilizado em <https://app.clicksign.com>.
- 24 ago 2022, 11:13:25 Processo de assinatura finalizado automaticamente. Motivo: finalização automática após a última assinatura habilitada. Processo de assinatura concluído para o documento número d60b3c09-c944-497d-b5aa-4ccc65f726f7.



Documento assinado com validade jurídica.

Para conferir a validade, acesse <https://validador.clicksign.com> e utilize a senha gerada pelos signatários ou envie este arquivo em PDF.

As assinaturas digitais e eletrônicas têm validade jurídica prevista na Medida Provisória nº. 2200-2 / 2001

Este Log é exclusivo e deve ser considerado parte do documento nº d60b3c09-c944-497d-b5aa-4ccc65f726f7, com os efeitos prescritos nos Termos de Uso da Clicksign, disponível em www.clicksign.com.

Anexos