

EDITAL DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº. 012/2022
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 151/2022

OBJETO: Prestação de serviços de publicidade para realização de atividades integradas que possibilitem o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

CRITÉRIO DE JULGAMENTO: TÉCNICA E PREÇO

DATA E HORÁRIO DA SESSÃO:

A sessão pública para recebimento dos invólucros 1, 2, 3 e 4 será às 9h:00min do dia **20/12/2022**.

A sessão pública de processamento Concorrência será realizada, no dia e hora acima indicados, na sede da Prefeitura Municipal de Rio Acima, Rua Afonso Pena, nº 333, CEP: 34.300-000 - Rio Acima / MG.

Fundamento Legal: Lei Federal n. 12.232/2010, da Lei nº 8.666/93 e suas alterações e Lei n º 4.680/65, Decreto Federal nº 57.690/66 e Normas Padrão do CENP.

PREÂMBULO

O **MUNICÍPIO DE RIO ACIMA/MG**, torna público a quem possa interessar que encontra-se aberta a **CONCORRÊNCIA**, do tipo **Técnica e Preço** conforme objeto do certame, adiante discriminado, sob o regime de execução indireta, empreitada por preço global, estando o Edital e seus anexos a disposição dos interessados. A presente licitação reger-se-á pelas normas estabelecidas na Lei Federal n. 12.232 de 29 de abril de 2010, e complementada pela Lei nº. 8.666/93 e alterações posteriores e Lei nº 4.680/65, pelas Normas Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão – CENP e incorporadas ao Sistema Legal por força do Decreto Federal 4.563, e em conformidade com a disposições deste Edital e seus Anexos. O resumo do edital será publicado na forma do art. 21 da Lei nº 8.666/93 no Diário Oficial Eletrônico do Município de Rio Acima, Diário Oficial do Estado de Minas Gerais, e em jornal de circulação regional, e no site <http://www.prefeiturarioacima.mg.gov.br/>.

1. OBJETO: O OBJETO DA PRESENTE CONCORRÊNCIA É SELEÇÃO E CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE.

1.1. Considera-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 intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação do público em geral.

1.1.1. As atividades previstas no subitem 1.1. não poderão ser objeto de subcontratação

1.2. Poderão ser incluídos como atividades complementares aos serviços de publicidade contratados os serviços especializados pertinentes:

a) 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, respeitado o disposto no art. 3º da Lei Federal nº 12.232/2010;

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

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

1.2.2. É vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização ou o patrocínio de eventos festivos de qualquer natureza.

1.2.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio, 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 entretenimentos comercializados por veículo de divulgação.

1.2.3. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir de sua assinatura, podendo ser prorrogado a critério da Administração nos termos do inciso II do artigo 57 da Lei Federal 8.666/93.

1.2.4. As despesas com o contrato resultante desta Concorrência estão estimadas no valor anual de **R\$3.000.000,00 (três milhões de reais)** ressalvada a prerrogativa da Secretaria de Comunicação de não executar a totalidade da verba estimada.

1.2.5. Os recursos orçamentários estimados para a presente concorrência correrão às contas dos recursos da Secretaria de Comunicação, sob a rubrica: 02.001.003.24.131.0008.2.215.3.3.90.39.00

2. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO:

2.1 Poderão participar desta licitação as empresas interessadas, do ramo de atividade pertinente ao objeto licitado, que tenham atividades disciplinadas pela Lei nº 4.680/65 e obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do artigo 4º da Lei nº 12.232/10, doravante designadas licitantes, que atenderem a todas as exigências deste Edital e de seus Anexos, sendo vedada a participação de:

a) consórcios (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 diversas empresas com potencial técnico, profissional e operacional, suficiente para atender satisfatoriamente às exigências previstas neste edital; e considerando que a

admissão do consórcio na licitação poderá ocasionar dificuldades de gestão dos serviços ora licitados, entendeu-se que é conveniente a vedação de participação de empresas em “consórcio” nesta Concorrência);

b) empresas declaradas inidôneas para licitar ou contratar com qualquer órgão ou entidade da Administração Pública Direta ou Indireta Federal, Estadual ou Municipal;

c) empresas suspensas temporariamente/impedidas de licitar ou contratar com a Administração Pública Direta e/ou Indireta do Município de Rio Acima, nos termos do inciso III do artigo 87 da Lei nº 8.666/93 e nos termos do artigo 7º da Lei nº 10.520/02;

d) empresas com falência decretada, sob concurso de credores, em dissolução ou liquidação, cisão, fusão ou incorporação;

e) estejam em recuperação judicial ou extrajudicial, salvo as empresas que comprovarem que o plano de recuperação foi homologado pelo juízo competente;

f) cujo(s) sócio(s), dirigente(s), gerente(s) ou componente(s) de seu quadro técnico, seus respectivos cônjuges ou companheiros sejam servidores ou empregados municipais, ou que o tenham sido nos últimos 180 (cento e oitenta) dias anteriores à data desta Licitação, ou sejam titulares de mandato eletivo;

g) empresas cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto deste Edital.

2.2. A licitante comprovadamente enquadrada como microempresa (ME) ou empresa de pequeno porte (EPP) nos termos da Lei Complementar nº. 123/2006 e suas alterações posteriores terá o tratamento diferenciado, devendo, para tanto, indicar sua condição de ME ou EPP por meio de Declaração emitida pela própria licitante.

2.3. A Declaração deverá ser entregue pela licitante quando do credenciamento de seu representante, sob pena de perda do direito aos benefícios que lhe são conferidos pela Lei 123/2006.

2.4. Havendo restrição nos documentos comprobatórios da regularidade fiscal e trabalhista, será assegurado o prazo de 5 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que a ME ou EPP for declarada “habilitada com restrição” no certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Comissão, para regularização da documentação.

2.5. A não regularização da documentação fiscal no prazo previsto, implicará na inabilitação da ME ou EPP, sem prejuízo das sanções previstas na Lei 8.666/93.

2.6. Não se aplica a este certame a regra do empate ficto por não se tratar de licitação por menor preço.

3. EDITAL, ACESSO A INFORMAÇÕES E IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

3.1. O Caderno de Licitação, composto de Edital e Anexos, poderá ser consultado e obtido no endereço: <http://www.prefeiturarioacima.mg.gov.br/> no link “licitações” ou mediante retirada por meio de mídia digital (pen drive), no endereço Rua Antônio Carlos, nº 40, CEP: 34.300-000 - Rio Acima / MG, de segunda a sexta-feira, das 09h00min às 16h30min.

3.2. Informações relativas à presente licitação poderão ser obtidas conforme segue, de acordo com seu teor:

3.2.1. QUESTÕES TÉCNICAS ou JURÍDICAS – deverão ser formuladas por escrito e dirigidas a(o) Presidente da CPL e encaminhadas para a CPL no e-mail licitacao@prefeiturarioacima.mg.gov.br, em até 05 (cinco) dias úteis antes do prazo marcado para abertura do certame.

3.2.2. As questões técnicas ou jurídicas envolvendo dúvidas sobre a interpretação do teor do Edital, não deverão 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 nº 01, caso isso possa vir a ocorrer, a questão não será respondida pela CPL.

3.2.3. A Prefeitura de Rio Acima dará conhecimento das consultas e respectivas respostas, sem informar a identidade da Consulente, por meio da internet, no e-mail remetente da consulta e no endereço www.prefeituraderioacima.mg.gov.br, o qual deverá ser consultado pelas licitantes.

3.3. Eventuais impugnações ao edital deverão ser encaminhadas via do endereço licitacao@prefeiturarioacima.mg.gov.br, dirigidas a(o) Presidente da CPL, com a identificação completa da empresa autora da impugnação, assinatura de seu representante legal e cópia simples do documento que comprova esta condição, observado o prazo previsto nos parágrafos 1º e 2º do artigo 41 da Lei Federal nº 8.666/93, com suas posteriores alterações.

3.3.1. No instrumento de impugnação, é obrigatória a menção a documento pessoal, em se tratando de pessoa física, e de CNPJ, em se tratando de pessoa jurídica, mais nome para contato, endereço, telefone e endereço eletrônico.

3.4. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante esta Prefeitura Municipal de Rio Acima, a licitante que não o fizer até o segundo dia útil antecedente à abertura da sessão pública.

3.5. A CPL decidirá sobre a impugnação, bem como responderá às questões formuladas pelas licitantes.

3.6. Acolhida a impugnação oposta contra o ato convocatório será designada nova data para a realização da sessão pública da Concorrência.

3.7. Não serão conhecidas as impugnações subscritas por representantes não habilitados legalmente.

3.8. Qualquer cidadão ou licitante poderá impugnar o Edital por irregularidade, devendo protocolar o pedido devidamente fundamentado, nos termos do art. 41, da Lei nº. 8.666/93, observados os prazos ali fixados, ou seja, em até 05 (cinco) dias úteis anteriores à data da abertura das propostas, se cidadão, e em até 02 (dois) dias úteis antes da data das propostas, se licitante.

3.9 Não serão conhecidas as impugnações enviadas pelo correio, correio eletrônico ou qualquer outro meio de comunicação, se dentro dos prazos previstos em lei, as petições originais não tiverem sido protocolizadas a tempo e modo.

4. SUBCOMISSÃO TÉCNICA

4.1. A concorrência será processada e julgada pela CPL, na forma da Lei 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

4.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, sem qualquer tipo de interferência da Comissão Permanente de Licitação ou de terceiros, e será composta por 03 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, escolhidos via de sorteio, em sessão pública, dentre uma relação que terá 09 (nove) integrantes previamente cadastrados, tudo em conformidade com os termos do art. 10 da Lei 12.232/10. A relação dos nomes referidos será publicada, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

4.3. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se, se for necessário, em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela CPL.

5. ABERTURA DA LICITAÇÃO

5.1. No dia, horário e local designados no preâmbulo deste Edital, terá início a sessão pública de processamento desta licitação, que será conduzida pela CPL e realizada em conformidade com a legislação pertinente, devendo os licitantes entregarem, inicialmente, os Invólucros de 1 a 4.

5.2. Credenciamento dos representantes:

a) Tratando-se de **Representante Legal** (sócio, proprietário, dirigente ou assemblado), instrumento constitutivo da empresa registrado na Junta Comercial, ou tratando-se de sociedade simples, o ato constitutivo registrado no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.

b) Tratando-se de **Procurador**, instrumento público de procuração ou instrumento particular assinado pelo representante legal, do qual constem poderes específicos para anuir, transigir ou renunciar a direitos em nome da empresa, bem como praticar todos os demais atos pertinentes ao certame. No caso de instrumento particular, o procurador deverá apresentar instrumento constitutivo da empresa na forma da alínea “a”.

5.2.1. O representante legal e o procurador deverão identificar-se exibindo documento oficial de identificação que contenha foto, **fora dos Invólucros**.

5.2.2. A licitante que não contar com representante presente na sessão ou, ainda que presente, não puder praticar atos em seu nome por conta da apresentação de documentação de credenciamento defeituosa, ficará impedido de anuir, transigir ou renunciar a direitos em nome da empresa.

5.2.3. Será admitida apenas 01 (um) representante para cada licitante, sendo que cada um deles poderá representar apenas uma empresa/ licitante.

5.2.4. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das propostas

credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de substituição do representante no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

5.3. Recebimento dos Invólucros: Proceder-se-á o recebimento dos Invólucros nº **1, 2, 3 e 4** contendo os documentos da proposta Técnica e Proposta de Preços,

observado as determinações contidas no Termo de Referência deste Edital e as abaixo:

I – INVÓLUCRO nº 1

a) Deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**;

b) Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no Invólucro padronizado (Invólucro com medidas aproximadas de 55cmx40cm, saco tipo “Kraft” natural cor parda), fornecido, obrigatoriamente, pela Prefeitura Municipal de Rio Acima;

b1) O Invólucro padronizado deverá ser retirado pela licitante interessada, no horário das 09h00min às 16h30min, no endereço: Rua Afonso Pena, nº 333, CEP: 34.300-000 - Rio Acima / MG, em até 2 (dois) dias úteis antes da entrega das Propostas.

b2) O Invólucro padronizado somente será entregue à agência que o solicite formalmente, por escrito e contra recibo de entrega.

d) Não poderá:

d1) ter nenhuma identificação;

d2) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

d3) estar danificado ou deformado as peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

II – INVÓLUCRO nº 2

a) Deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, que conterà o mesmo teor da via não identificada, no que diz respeito à questão dos textos, com exceção dos exemplos de peças referentes à ideia criativa, devendo ser entregue em papel timbrado da licitante;

b) O invólucro deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura;

c) NÃO poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada (Invólucro nº 1)** e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura deste invólucro;

d) deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 2
PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO ACIMA
CONCORRÊNCIA Nº 012/2022
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 151/2022.
PROPOSTA TÉCNICA (Via Identificada)
Razão Social e número do CNPJ/MF da Licitante

III – INVÓLUCRO Nº 3

- a) Deverá estar acondicionado o Conjunto de Informações contendo: a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- b) O invólucro deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- c) **NÃO poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada (Invólucro nº 1)** que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do invólucro 2;
- d) Deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 3
PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO ACIMA
CONCORRÊNCIA Nº 012 /2022
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 151/2022
**CONJUNTO DE INFORMAÇÕES: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO,
REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMA DE
COMUNICAÇÃO.**
Razão Social e número do CNPJ/MF da Licitante

IV – INVÓLUCRO Nº 4

- a) A Proposta de Preços deverá ser entregue acondicionada no **INVÓLUCRO nº 4**;

b) O invólucro deverá ser providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

c) **NÃO poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (**Invólucro nº 1**) e possibilite a identificação da autoria deste.

d) O Invólucro deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 4
PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO ACIMA
CONCORRÊNCIA Nº. 012 /2022
PROCESSO LICITATÓRIO nº 151/2022
PROPOSTA DE PREÇOS
Razão Social e número do CNPJ/MF da Licitante

6. DO CONTEÚDO DOS INVÓLUCROS

6.1. O Invólucro nº 1 - PROPOSTA TÉCNICA: deverá conter o Plano de Comunicação Publicitário para efeito de avaliação, contendo uma campanha simulada a partir das informações do briefing, **sem a identificação da licitante**, com os exemplos de peças, impressos em layouts ou gravados em CD ou DVD, **a serem elaborados conforme especificações presentes no Termo de Referência deste**, conjugados com os critérios a seguir:

6.1.1. Plano de Comunicação Publicitária – será constituído por caderno único composto dos quesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborados com base no Briefing, no Termo e Referência e nas orientações deste Edital, observadas ainda as seguintes especificações:

6.1.1.1. Raciocínio Básico: será desenvolvido por meio de texto, no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Rio Acima, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no Briefing.

6.1.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: será desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou Lista no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionado a esse desafio expressos no Briefing, compreendendo:

6.1.1.2.1 Apresentação e defesa ao partido temático e do conceito que, de acordo com seu Raciocínio Básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária dos problemas específicos de comunicação da Prefeitura Municipal de Rio Acima.

6.1.1.2.2 Explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas irá utilizar.

6.1.1.3. Ideia Criativa: Será desenvolvida por meio de texto e peças apresentando a resposta criativa do licitante aos desafios e metas por ele explicitados na “Estratégia de Comunicação Publicitária”, percorrendo os temas e os conceitos a serem desenvolvidos pela campanha publicitária baseada no briefing; acompanhado de esboços (layouts, textos, roteiros e *storyboards*) de peças da campanha para cada meio de divulgação nela proposto pelo licitante, observadas as seguintes disposições:

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

6.1.1.3.1.1. A relação citada no subitem anterior deverá indicar as peças que foram corporificados.

6.1.1.3.2. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária, da Ideia Criativa e da relação de peças da Ideia Criativa, estão limitados, no conjunto, a 15 (quinze) páginas, não computadas nesse limite, as capas e contracapas, nem as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos quesitos.

6.1.1.3.3. Da relação de peças, a licitante deverá escolher e apresentar até 10 (dez) exemplos de peças que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua

proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes orientações:

I – Ser apresentados sob a forma de:

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

II - Limitar-se, sob pena de desclassificação, a até 10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, observando 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.

6.1.1.3.4. Só serão aceitos exemplos de peças não finalizados.

6.1.1.3.5. Cada exemplo de peça deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”), visando facilitar seu cotejo com a relação de peças a que se refere o subitem.

6.1.1.3.6. Os *storyboards* animados, *animatics*, protótipos e monstros poderão ser apresentados em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais. Os protótipos ou ‘monstros’ de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de .pdf, .jpg, .html, .mpeg e .mov.

6.1.1.3.7. As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas separadamente do caderno específico mencionado anteriormente, em pranchas com 420x297mm (formato A3, papel cartão

supremo branco) e as peças eletrônicas em CD ou DVD, também anexadas em pranchas com 420x297mm (formato A3, papel cartão supremo branco) através de suporte de borracha ou envelope branco próprio para CD ou DVD.

6.1.1.3.8. Os exemplos de peças devem ser apresentados separadamente do caderno contendo o Plano de Comunicação, terem formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do Invólucro nº 1.

6.1.1.3.9. Os exemplos de peças devem ser entregues soltos, sem espiral.

6.1.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia: será desenvolvida por meio de textos, com até 5 (cinco) laudas, não inseridas neste limite a capa e contracapa, listas, gráficos, imagens e ou planilhas na qual deverá ser apresentada:

a) Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante em função da verba referencial indicada no Briefing.

b) Simulação do plano de distribuição com todas as peças constantes da relação prevista no subitem 6.1.1.3.1.

6.1.1.4.1. Da simulação do plano de distribuição deverá contar um resumo geral com informações mínimas sobre:

a) período de distribuição das peças;

b) quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

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

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

e) quantidades a serem produzidas de cada peça de não mídia;

f) valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça de não mídia;

g) valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça de não mídia.

6.1.1.4.2. 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.

6.1.1.4.3. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes da Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos habitualmente utilizados nesses

documentos e ser editadas em cores, e não estão incluídas no limite de 5 (cinco) laudas determinado para o texto.

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

- a)** os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de Lista cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;
- b)** deve ser desconsiderado o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, previsto no art. 11 da lei 4.680/65 e nas Normas Padrão do CENP;
- c)** devem ser desconsiderados os custos internos de Agência e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores e veículos.

6.1.1.4.5. As listas, gráficos, planilhas e o quadro resumo da Estratégia de Mídia e não Mídia, não tem limitação quanto ao número de páginas.

6.2- Invólucro nº 2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIO – VIA IDENTIFICADA

6.2.1. O Plano de Comunicação Publicitário – Via Identificada, deverá conter cópia fidedigna do plano de comunicação de publicitária, em papel timbrado da licitante, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa. Os documentos deverão ser datados e assinados na última página e rubricados nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

6.3- Invólucro nº 3 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

Os documentos e informações deste Invólucro (Capacidade de Atendimento, Repertório, Relatos de Solução de Problemas de Comunicação) **não poderão** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitário – Via Não Identificada que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

6.3.1. Capacidade de Atendimento da licitante deverá ser constituída por caderno específico em espiral ou wire-o, em papel A4, com fontes e espaçamentos a livre escolha da licitante, composto por textos, listas, gráficos, diagramas, fotos e ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

a) A relação da equipe técnica que será colocada 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;

a1) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;

a2) os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição, quando da efetiva contratação, por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da Prefeitura Municipal de Rio Acima.

b) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;

c) 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.

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

6.3.2. Repertório

6.3.2.1. A Licitante deverá apresentar as peças e respectivas fichas técnicas que constituem o Repertório em 2 (dois) cadernos, conforme a seguir:

a) As Peças deverão ser apresentadas no Caderno “1” em papel A3, com ou sem suporte, encadernadas a esquerda com espiral ou wire-o;

b) As Fichas Técnicas deverão ser apresentadas no Caderno “2” em papel A4, encadernadas a esquerda com espiral ou wire-o, com fontes e espaçamentos a livre escolha da licitante, com ou sem o uso de cores, em folhas rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da Licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

6.3.2.2. No Repertório deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e as respectivas fichas técnicas de cada uma delas, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

a) as peças devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2017, conforme art. 6º, inc. X da Lei 12.232/10;

- b)** as peças eletrônicas deverão ser apresentadas em CD ou DVD, executáveis no sistema operacional Windows, anexados em papel A3, através de suporte de borracha ou dentro de envelope próprio colado no papel citado;
- c)** as peças não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Prefeitura Municipal de Rio Acima seja ou tenha sido signatária;
- d)** para cada peça prevista acima, deverá ser apresentada correspondente ficha técnica em papel A4, com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e os resultados alcançados, bem como a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, e exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos, um veículo que divulgou cada peça.

6.3.2.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação das fichas técnicas do Repertório.

6.3.3 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

6.3.3.1. A licitante deverá apresentar, em um caderno próprio em papel A4, encadernado a esquerda com espiral ou wire-o, com fontes e espaçamentos a livre escolha da licitante, 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

6.3.3.1.1. As campanhas de que trata o subitem 6.3.3.1 devem ter recebido a autorização para sua produção ou terem sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2017, conforme art. 6º, inc. X da Lei 12.232/10.

6.3.3.1.2. Os relatos deverão estar formalmente referendados com a assinatura dos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Prefeitura Municipal de Rio Acima seja ou tenha sido signatário.

6.3.3.1.4. Em cada 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, e por último as respectivas fichas técnicas das peças daquele Relato.

6.3.3.2 Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças, em caderno próprio, encadernado a esquerda com espiral ou wire-o, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, sendo que:

- a)** as peças eletrônicas deverão ser apresentadas em CD ou DVD, executáveis no sistema operacional Windows, anexadas em papel A3, através de suporte de borracha ou dentro de envelope próprio a ser colado no papel aqui citado;
- b)** as peças gráficas deverão ser apresentadas em papel A3, preservadas, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais.
- c)** Para cada peça constante do Relato, deverá ser apresentada uma ficha técnica. As fichas técnicas deverão conter a razão social do cliente, o tipo e o título da peça, indicação de um veículo onde foi inserida, o mês e ano de sua veiculação e serem anexadas ao caderno contendo os respectivos Relatos, não sendo estas computadas para efeito do limite de laudas citadas no subitem 6.3.3.1.

6.4. Invólucro nº 4 - ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

6.4.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do Anexo II, informando o percentual referente ao desconto a ser concedido sobre os custos internos presentes na Lista de Referência do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais e sobre os percentuais referentes aos honorários sobre serviços de terceiros, nos termos abaixo.

6.4.1.1 6.4.1.1 – As licitantes deverão observar ainda que:

- I** – Não será aceito desconto superior a 70% (setenta por cento) sobre a Lista de Custos Internos do Sinapro/MG, haja vista possível inexecutabilidade do Contrato Administrativo a ser firmado com a Prefeitura Municipal de Rio Acima (inciso II do art. 48 da Lei 8.666/93);
- II** – Nos termos do subitem 3.6.1 das Normas Padrão do CENP, não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre:
 - a) serviços externos de produção;
 - b) sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e/ou sobre formas inovadoras de comunicação publicitária.
- III** – Nos termos do subitem 3.6.2 das Normas Padrão do CENP, não será aceito percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) quando a responsabilidade

da Agência limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo.

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

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

VI- 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 e exercidos pela Agência contratada, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc).

6.4.2 A Proposta de Preço deverá ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

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

6.4.4 A classificação das Propostas de Preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados.

6.4.5 O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, 90 (noventa) dias, a contar da data da abertura do respectivo invólucro.

6.5. Invólucro nº 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:

6.5.1. As licitantes cujas Propostas Técnicas e de Preço tenham sido classificadas deverão entregar os Documentos de Habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão Permanente de Licitação em data e horário fixados para sua abertura.

a) O Invólucro nº 5 deverá ser apresentado apenas pelas licitantes classificadas, devendo ser entregue em Invólucro providenciado pela licitante, lacrado, com a denominação social da licitante conforme previsto no Edital.

6.5.2. Os documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no **Invólucro nº 5**, que deverá ser apresentado fechado, rubricado no fecho e deverá conter os seguintes dizeres em sua face externa:

INVÓLUCRO Nº 5
PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO ACIMA
CONCORRÊNCIA Nº.012/2022
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 151/2022.
DOCUMENTOS PARA HABILITAÇÃO
Razão Social e número do CNPJ/MF da Licitante

6.5.3. Serão consideradas habilitadas as licitantes que apresentarem os documentos relacionados nos subitens abaixo, desde que atendidos os requisitos das DISPOSIÇÕES GERAIS SOBRE OS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – subitem 9.3.

6.5.4. HABILITAÇÃO JURÍDICA

6.5.4.1. Registro comercial, no caso de empresa individual; ou

6.5.4.2. Ato constitutivo e alterações subsequentes, ou contrato consolidado, devidamente registrado, em se tratando de sociedade empresária acompanhado de documentos de eleição de seus administradores; ou

6.5.4.3. Inscrição no Registro Civil de Pessoas Jurídicas do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada dos nomes e endereços dos diretores em exercício.

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

Observação: Para todos os efeitos, considera-se como ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, o documento de constituição da empresa, acompanhado da(s) última(s) alteração(ões) referente(s) à natureza da atividade comercial e à administração da empresa, ou a última alteração consolidada.

6.5.5 REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

6.5.5.1 Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ/ME;

6.5.5.2 - Prova de regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei.

6.5.5.3 Certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a

todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União por ela administrados, inclusive créditos tributários relativos às contribuições sociais.

6.5.5.4. Certidão de Regularidade com a Fazenda Pública Municipal da sede da agência participante.

6.5.5.5. Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual ou Municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

6.5.5.6 Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de CNDT.

6.5.6 QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

6.5.6.1. Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, artigo 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).

6.5.6.2. Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto desta licitação, mediante a apresentação de no mínimo 2 (dois) atestados expedidos por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprovem a execução dos serviços dispostos no art. 2º e no seu parágrafo 1º, incisos I, II e III, da Lei 12.232/10.

6.5.6.3. Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto desta licitação, mediante a apresentação de 03 (três) declarações / atestados de veículos de comunicação, preferencialmente, um de televisão, um de rádio e um de jornal ou revista, contendo informações quanto ao desempenho da Licitante nas relações com os veículos declarantes.

6.5.7. Caso a licitante não esteja estabelecida na região metropolitana de Belo Horizonte, deverá apresentar, ainda, declaração de que possuirá, até o início da execução contratual, no respectivo âmbito geográfico retro citado, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados.

6.5.7 QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

6.5.7.1. Certidão negativa de falência, recuperação judicial ou extrajudicial, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica.

6.5.7.2.1. Na hipótese de a certidão para recuperação judicial ou extrajudicial for positiva, deve a licitante apresentar comprovante da homologação/deferimento, pelo juízo competente, do plano de recuperação em vigor.

6.5.7.2. Comprovação de Patrimônio Líquido mínimo de **R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais)**, equivalente a 10% (dez por cento) do valor anual do contrato administrativo decorrente desta licitação, devendo a comprovação ser feita relativamente à data da apresentação da proposta, na forma da lei (Art. 31, I e § 3º, da Lei Federal nº 8.666/93), no caso de qualquer dos índices citados no subitem 6.5.7.3.3. sejam menores que 1 (um).

6.5.7.3. Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da Lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 03 (três) meses da data de apresentação da proposta. (Artigo 31, inciso I, Lei Federal nº. 8.666/93).

6.5.7.3.1. Serão considerados como legais o balanço e as demonstrações contábeis assim apresentados:

- a)** pelas sociedades anônimas: publicados em Diário Oficial; ou em jornal de grande circulação; ou por cópia registrada; ou autenticada na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante;
- b)** pelas sociedades por cotas de responsabilidade limitada: cópia do Livro Diário, inclusive com os Termos de Abertura e de Encerramento, devidamente registrado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante ou em outro órgão equivalente; cópia do Balanço e das Demonstrações Contábeis devidamente registrados ou autenticados na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante e ou Escrituração Contábil Digital;
- c)** pelas sociedades criadas no exercício em curso: cópia do Balanço de Abertura, devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da licitante.

6.5.7.3.2. Se a licitante tiver sido constituída há menos de 1 (um) ano de exercício, apresentar Balanço de Abertura.

6.5.7.3.3. A boa situação financeira será comprovada com as demonstrações a seguir, calculadas a partir do último balanço apresentado:

- Índice de Liquidez Geral (**LG**) superior ou igual a 1,00

- Índice de Liquidez Corrente (**LC**) superior ou igual a 1,00

- Índice de Solvência Geral (**SG**) superior ou igual a 1,00

(calculados pelas seguintes fórmulas, cujo memorial deverá ser juntado ao Balanço Patrimonial):

$$LG = \frac{AC+RLP}{PC+ELP}$$

$$SG = \frac{AT}{PC+ELP}$$

$$LC = \frac{AC}{PC}$$

onde: AC = ATIVO CIRCULANTE

PC = PASSIVO CIRCULANTE

AT = ATIVO TOTAL

ELP = EXIGÍVEL A LONGO PRAZO

LP = REALIZÁVEL A LONGO PRAZO

6.5.7.3.4. Se necessária a atualização do balanço patrimonial, do DRE e do capital social, deverá ser apresentado, também, o memorial de cálculo correspondente.

6.5.6.7.4. A licitante obriga-se a declarar a superveniência de fato impeditivo da habilitação, quando houver, sujeitando-se às penalidades cabíveis.

6.5.6.7.5. Os beneficiários da Lei Complementar nº 123/06 deverão apresentar toda a documentação de habilitação referente à comprovação de regularidade fiscal e trabalhista, bem como a Declaração do Anexo IX, como condição para ter o objeto adjudicado a seu favor.

6.5.6.7.6. Havendo restrição na comprovação da regularidade fiscal e trabalhista por parte dos beneficiários, nos termos da Lei Complementar nº 123/2006, a Comissão Permanente de Licitação os julgará habilitados, concedendo o prazo de 05 (cinco) dias úteis que correrá a partir do julgamento das propostas de preços, prorrogável por igual período, a critério da Administração Pública, para regularização da documentação fiscal e trabalhista.

6.5.6.7.6.1. A prorrogação do prazo para a regularização fiscal e trabalhista prevista no subitem acima dependerá de prévio requerimento pelo interessado, devidamente fundamentado, dirigido à Comissão Permanente de Licitação, em até 05 (cinco) dias úteis contados da data de entrega inicial de entrega do Invólucro contendo a Documentação.

6.5.8. DOCUMENTAÇÃO COMPLEMENTAR:

6.5.8.1. DECLARAÇÃO da licitante, elaborada em papel timbrado e subscrita por seu representante legal, conforme modelo do **ANEXO I**.

6.5.8.2. DECLARAÇÃO de cumprimento do disposto no inciso XXXIII do artigo 7º da Constituição Federal e da Lei nº 9.854, de 27 de outubro de 1999 (declaração de que não emprega menor), modelo do **ANEXO X**.

7- DA ABERTURA DOS INVÓLUCROS:

7.1. Os Invólucros com as propostas técnicas (Invólucros nº 1 a nº 3) e as Propostas de Preços (Invólucro nº 4) serão entregues à Comissão de Licitação, em sessão pública, na data, local e horário, neste determinados.

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

7.1.2. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos Invólucros com as Propostas Técnicas e de Preço;

7.1.3. Qualquer manifestação a respeito das Propostas e da Habilitação, pelas licitantes, poderá ser feita durante as sessões públicas, no momento determinado para tal pela Comissão Permanente de Licitação.

7.2. PRIMEIRA SESSÃO

7.2.1 Abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previsto no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

7.2.1.1. Identificação e credenciamento dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2, colhendo a assinatura dos presentes em uma lista;

7.2.1.2. Após 10 (dez) minutos do horário marcado para recebimento dos Invólucros, nenhum outro envelope, documento ou embalagem será recebido.

7.2.1.2.1. Os representantes das licitantes presentes na sessão, deverão em comum acordo, indicar um deles para representar todos os licitantes com o fim de acompanhar a abertura dos invólucros e rubricar o conteúdo dos mesmos, quando solicitado pela CPL.

7.2.1.3. Entrega dos **Invólucros 1, 2, 3 e 4;**

7.2.1.3.1. O Invólucro padronizado n.º 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia), deverá ser entregue fechado e não poderá ter nenhuma identificação na parte externa, não poderá apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação do licitante, não poderá estar danificado ou deformado pelas peças, material ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação do licitante, para preservar – até a abertura do Invólucro n.º 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária.

7.2.1.3.2. Havendo motivos para o não recebimento do Invólucro n.º 1, também impedirá o recebimento dos demais Invólucros da mesma licitante, que será desclassificada.

7.2.1.4. Rubricar (CPL e representante), no fecho, os Invólucros **n.º 2 e n.º 4** que permanecerão fechados sob a guarda da CPL, e separá-los dos Invólucros **n.º 1 e n.º 3**.

7.2.1.5. Retirar e rubricar (CPL e representante) o conteúdo do Invólucro **n.º 1 e, depois o n.º 3**, um a um. Após conferência e rubrica, os invólucros deverão ser lacrados e rubricados em seu fecho.

7.2.2. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros n.º 1 e n.º 3, a Comissão Especial de Licitação e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão Especial de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

7.2.2.1. A Comissão Especial de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros n.º 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

7.2.3. Abertos os **Invólucros n.º 1 e n.º 3**, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela CPL.

7.2.3.1. Se houver desistência expressa em ata de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela Comissão Permanente de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade de acordo com o previsto no subitens seguintes. Caso contrário a Comissão Permanente de

Licitação divulgará o resultado, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

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

7.2.4. A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos **Invólucros nº 1 e nº 3** observarão os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento pela CPL à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 e nº 3 fechados e lacrados, para julgamento;

b) A Subcomissão Técnica fará a análise individualizada de cada quesito, e julgamento das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária – **Invólucro nº 1**, elaborando a respectiva Ata de Julgamento, e após, lacrado o mesmo; fará o julgamento dos Conjuntos de Informações contendo a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Solução de Problema de Comunicação – **Invólucro nº 3**;

c) encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente de Licitação, dos **Invólucros nº 1**, com as pontuações e as justificativas das razões que as fundamentaram em cada quesito e a Ata de Julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária -, e após;

d) encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente de Licitação, dos **Invólucros nº 3**, com as pontuações e as justificativas das razões que as fundamentaram em cada quesito e a Ata de Julgamento das Propostas referentes ao Conjunto de Informações: Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Solução de Problema de Comunicação.

7.2.5. Os membros da Subcomissão Técnica lançarão nota individual para cada quesito e subquesito do Plano de Comunicação Publicitária, bem como do Conjunto de Informações, e, elaborarão em conjunto, as motivações das notas para cada quesito analisado em planilhas.

7.2.6. As planilhas deverão conter, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada quesito e subquesito do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos e subquesitos do Conjunto de Informações: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problemas de Comunicação de cada Licitante.

7.2.7. Se houver desclassificação de alguma Proposta Técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, **ainda assim será atribuída pontuações a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho** pelos membros da Subcomissão Técnica, ficando assim, de posse da CPL, até que expirem os prazos para interposição de recursos.

7.3. SEGUNDA SESSÃO:

7.3.1. Após receber os relatórios de julgamento das Propostas Técnicas e as respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica (Invólucros nº 1 e nº 3), a CPL designará nova data e horário para realização da segunda sessão pública que terá a seguinte pauta:

- a)** identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante na sessão anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;
- b)** abertura da embalagem contendo os **Invólucros nº 2**;
- c)** rubrica (CPL e representante) do conteúdo do **Invólucro nº 2**, 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.
- d)** verificação da pontuação total obtida pelos licitantes, considerados os dois Invólucros (nº 1 e nº 3), julgados pela Subcomissão Técnica, para efeito de obtenção da pontuação mínima prevista na alínea “c” do subitem 8.4 e proclamação do resultado da Proposta Técnica.
- d1)** Executar o sorteio previsto no subitem 8.15, quando for o caso.
- d2)** Elaboração de planilha geral com as pontuações, obtendo-se a classificação dessa etapa.

7.3.2. Será proclamado resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação, assim como as licitantes que foram desclassificadas.

7.3.3. Será publicado o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, com a indicação das licitantes desclassificadas e das classificadas em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recurso, a contar da publicação.

7.3.4. Havendo a presença de todas as Licitantes, bem como a desistência expressa das mesmas quanto ao direito de interpor recurso, dever-se-á constar em Ata, pelo que a CPL dará prosseguimento ao certame.

7.4. TERCEIRA SESSÃO:

7.4.1. Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a CPL designará nova data e horário para a sessão de abertura das Propostas de Preço – **Invólucro nº 4** das Licitantes classificadas. A sessão pública terá a seguinte pauta:

- a)** identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anteriores, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;
- b)** abertura dos Invólucros nº 4, exame e rubrica de seus conteúdos pela Comissão e representantes.
- c)** julgamento das Propostas de Preço, nos termos das exigências fixadas no Edital, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação, adotando-se o procedimento e regras previstas para o julgamento da Proposta de Preço e pontuação final, de acordo com o resultado obtido na média ponderada através das valorizações nas propostas técnicas e de preço, conforme pesos estabelecidos no Edital, (subitem 8.13 e seguintes).
- e)** da publicação do julgamento das Propostas de Preços caberá recurso;
- f)** declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços a licitante mais bem-classificada através de média ponderada, de acordo com os pesos estabelecidos no Edital;
- g)** informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'b', da Lei nº 8.666/1993.
- h)** Havendo a presença de todas as Licitantes, bem como a desistência expressa das mesmas quanto ao direito de interpor recurso, dever-se-á constar em Ata, pelo que CPL dará prosseguimento ao certame.

7.5. QUARTA SESSÃO:

7.5.1. Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a CPL designará nova data e horário para a sessão de recebimento e abertura dos

documentos de Habilitação – **Invólucro nº 5** das Licitantes classificadas. A sessão pública terá a seguinte pauta:

- a)** identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;
- b)** recebimento e abertura dos **Invólucros nº 5**, das licitantes classificadas e decidir sobre a habilitação, conforme previsto nos artigos 27 e seguinte da Lei 8.666/93 e exigências fixadas no Edital;
- c)** caso a CPL julgue necessário fazer o exame internamente, encerra-se a sessão, sendo o julgamento publicado posteriormente;
- d)** Do resultado do julgamento habilitação e inabilitação, caberá recurso.
- e)** Havendo a presença de todas as Licitantes, bem como a desistência expressa das mesmas quanto ao direito de interpor recurso, dever-se-á constar em Ata, pelo que CPL dará prosseguimento ao certame.

8. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS:

A) JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

8.1. A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

8.1.1. A Subcomissão Técnica fará a avaliação das propostas das vias não identificadas atribuindo uma sequência numérica a cada uma das Propostas não identificadas, constantes dos Invólucros nº 1.

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

8.2.1. Plano de Comunicação Publicitária

8.2.1.1 Raciocínio Básico – 25 pontos

- a)** Acuidade de compreensão das funções e do papel da Prefeitura Municipal de Rio Acima nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos)
- b)** Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Rio Acima com seus públicos; (máximo de 5 pontos)
- c)** Das características da Prefeitura Municipal de Rio Acima e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 8 pontos)
- d)** O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing; (máximo de 7 pontos)

8.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária – 15 pontos

- a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)
- b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura Municipal de Rio Acima com seus diversos públicos; (máximo de 5 pontos)
- c) A consistência lógica e a clareza na argumentação; (máximo de 5 pontos)

8.2.1.3. Ideia Criativa – 20 pontos

- a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)
- b) Sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Rio Acima e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)
- c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)
- d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)

8.2.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia – 10 pontos

- a) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)
- b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)
- c) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças; (máximo de 4 pontos).

Conjunto de Informações

8.2.2. Capacidade de Atendimento – 15 pontos

- a) Relação da equipe técnica (com currículo resumido de cada profissional) que estará à disposição da Prefeitura Municipal de Rio Acima; (máximo de 5 pontos)
- b) As estruturas técnica e operacional da licitante para suprir as necessidades da conta publicitária a ser atendida; (máximo de 5 pontos)
- c) A sistemática de atendimento a ser adotada no relacionamento entre a licitante e a equipe técnica da Prefeitura Municipal de Rio Acima; (máximo de 5 pontos)

8.2.3. Repertório – 7 pontos

- a) A Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver; (máximo de 3 pontos)

b) Qualidade da execução e do acabamento das peças; (máximo de 2 pontos)

c) Clareza da exposição das informações prestadas; (máximo de 2 pontos)

8.2.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – 8 pontos

a) Evidência de planejamento publicitário; (máximo de 4 pontos)

b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (máximo de 4 pontos)

8.3. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

Quesitos		Pontos
Plano de Comunicação Publicitária		70
Raciocínio Básico	25	
Estratégia de Comunicação Publicitária	15	
Ideia Criativa	20	
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	
Conjunto de Informações		30
Capacidade de Atendimento	15	
Repertório	07	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	08	
Pontuação Máxima Total		100

8.3.1 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica, e, a pontuação de cada licitante corresponderá à soma da média dos pontos dos quesitos.

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

8.3.2.1. Persistindo a diferença de pontuação prevista acima, após a reavaliação do quesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações

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

8.3.3. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuações a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos.

8.3.4. Afim de subsidiar a correspondência entre os atributos acima elencados aos quesitos e as notas a eles concedidas, poderá ser aplicada pelos Membros da Subcomissão Técnica, de forma alternativa e/ou complementar na análise técnica dos quesitos, as vinculações motivadoras abaixo:

I - Parcialmente atendido (de 0 a 40% da nota máxima)

Quando o proposto contempla parcialmente os aspectos do quesito em julgamento, conforme o briefing e critérios estabelecidos em edital para o aspecto a ser avaliado, e/ou com desvios significativos do que foi solicitado.

II - Medianamente atendido (mais de 40 até 70% da nota máxima)

Quando o proposto contempla satisfatoriamente os aspectos do quesito em julgamento, conforme o briefing e critérios estabelecidos em edital para o aspecto a ser avaliado, mas, com pequenos desvios do que foi solicitado.

III - Plenamente atendido (mais de 70 até 100% da nota máxima)

Quando o proposto contempla integralmente os aspectos do quesito em julgamento, conforme o briefing e critérios estabelecidos em edital para o aspecto a ser avaliado, e/ou possui apenas irrelevantes detalhes e desvios do que foi solicitado.

8.3.5. Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação.

8.4. Será desclassificada a Proposta que:

- a) Que não contiver todos os dados exigidos no Edital e seus anexos e/ou que descumprir as exigências formais neles previstas;
- b) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos de sua proposta técnica.
- c) Não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica aquelas que não obtiveram no mínimo 70% (setenta por cento) dos pontos da Proposta Técnica (invólucros 1 e 3), ou seja, menos de 49 (quarenta e nove) pontos no Plano de Comunicação Via Não Identificada e menos de 21 (vinte e um) pontos no Conjunto de Informações.

B) DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

8.5. As Propostas de Preços deverão ser apresentadas apenas com as informações constantes do **ANEXO II** - Modelo de Proposta de Preços, observando-se ainda que deverá ser atendido o disposto no parágrafo 3º do art. 44 e inciso II do art. 48 da Lei 8.666/93 e no item 6.3 do Termo e Referência, evitando-se a inexecutabilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado com a Prefeitura de Rio Acima.

8.6. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do Contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

8.7. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

8.8. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta, que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços, ou em desobediência às regras deste Edital.

8.9. A licitante deverá apresentar uma única Proposta de Preços da qual constarão os seguintes itens:

- a) percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agência de Propaganda do Estado de Minas Gerais – SINAPRO/MG, em vigor na data de publicação deste Edital, a ser concedido pela agência à Prefeitura Municipal de Rio Acima;
- b) percentual de honorários sobre serviços externos de produção e à execução técnica de peça e ou material intermediados e supervisionados pela agência; e, sobre a execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;
- c) percentual de honorários quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo pago pela Prefeitura Municipal de Rio Acima.

8.10. A proposta também deve consignar, sem estar sujeita à pontuação, os já definidos percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura Municipal de Rio Acima a:

8.10.1 Atores e modelos, 70 % (setenta por cento) sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado.

8.10.2 Aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas a peças, 70 % (setenta por cento) sobre o valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por direito igual ao inicialmente pactuado.

8.11 A proposta de política de preços deverá levar em consideração que a Prefeitura Municipal de Rio Acima efetuará o pagamento nos prazos cabíveis e adequados no mercado a contar do recebimento da nota fiscal.

8.12. Os preços ofertados pela licitante devem incluir todos os custos diretos e indiretos relativos aos objetos deste instrumento convocatório, inclusive materiais de uso e consumo para consecução dos serviços, assessoria de marketing, planejamento, criação, mão-de-obra, bem como todos os encargos tributários sociais, trabalhistas, previdenciários, securitários ou quaisquer outros custos decorrentes ou que venham a ser devidos em razão dos serviços por ela prestados, não cabendo ao órgão contratante custos adicionais.

8.12.1. A classificação da Proposta de Preços se dará da seguinte forma:

a) Percentual de **desconto** sobre a Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, fixados no limite estabelecido no quesitos 6.4:

PONTOS	PERCENTUAL DE DESCONTO SOBRE A LISTA DE CUSTOS INTERNOS
40	70%
30	De 65% a 69,99%
20	De 40% a 64,99%
10	De 30% a 39,99%

b) Percentual de **honorários** incidente sobre os preços de: serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de

conhecimento pertinentes à execução do contrato; de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias:

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

c) Percentual de **honorários**, quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo.

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	5%
18	6%
15	7%
12	8%
10	9%
05	10%

8.12.2 Será considerada a melhor Proposta de Preço, aquela que atingir a maior pontuação através da fórmula do item 8.12.3:

NPP= Nota final da Proposta de Preço

D1 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Lista de Custo Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais;

D2 – Pontuação aplicada ao Percentual de honorários incidente sobre os preços de: serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; de serviços especializados prestados por fornecedores

referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato; de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

D3 – Pontuação aplicada ao Percentual de honorários quando a responsabilidade da Agência limitar-se-à exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo.

8.12.3. A nota da Proposta de Preços será encontrada aplicando-se a fórmula:

$$NPP = \frac{D1+D2+D3}{3}$$

C) DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

8.13. A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo:

$$NPF = (NPT \times 0,70) + (NPP \times 0,30), \text{ onde:}$$

NPF = Nota Ponderada Final

NPT = Nota relativa à Proposta Técnica

NPP = Nota relativa à Proposta de Preço.

8.14. Para efeito de desempate entre as licitantes que obtiverem a mesma Nota Média Ponderada Final, será considerada a maior nota obtida nos seguintes quesitos, pela ordem:

- a) Raciocínio Básico;
- b) Ideia Criativa.

8.15. Persistindo o empate na classificação final, após verificadas as normas de desempate estabelecidas acima, a Concorrência será decidida por sorteio, em sessão pública, para a qual serão todos os licitantes convocados.

9. DA HABILITAÇÃO

9.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à CPL pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

9.1.1 A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame.

9.2. A CPL analisará os Documentos de Habilitação das licitantes na ordem de classificação, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

9.2.1. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Prefeitura Municipal de Rio Acima reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para apresentar os respectivos documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

9.3. DISPOSIÇÕES GERAIS SOBRE OS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:

9.3.1. Serão aceitas certidões positivas de débito, com efeitos de negativa.

9.3.2. A documentação conforme o caso deverá ser compatível com as respectivas inscrições nas esferas Federal, Estadual e Municipal, sendo vedada, na apresentação, a mesclagem dos documentos de estabelecimentos diversos (números de inscrição no C.N.P.J. e I.E.).

9.3.3. Se a licitante for a matriz, todos os documentos deverão estar em nome da matriz, e se for a filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial, exceto aqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente, forem emitidos somente em nome da matriz.

9.3.4. Para efeito da validade das certidões de regularidade de situação perante a Administração Pública, se outro prazo não constar da lei ou do próprio documento, será considerado o lapso de 90 (noventa) dias entre a data de sua expedição e a da abertura do certame.

9.3.5. A aceitação dos documentos obtidos via "internet" ficará condicionada à confirmação de sua validade, também por esse meio, pela CPL.

9.3.8. Os documentos poderão ser apresentados no original, por qualquer processo de cópia reprográfica autenticada por tabelião por força de Lei, ou a publicação em órgão da imprensa na forma da lei e serão anexados ao processo licitatório, inclusive na hipótese da apresentação de documentos originais.

9.3.7. Os documentos exigidos para habilitação, não poderão, em hipótese alguma, ser substituídos por protocolos que configurem o seu requerimento, não podendo, ainda, ser apresentados posteriormente ao prazo fixado para a abertura do certame.

10. DA ADJUDICAÇÃO, DA HOMOLOGAÇÃO, E CONTRATO:

10.1. Após o julgamento final da Habilitação, a CPL encaminhará o processo à autoridade competente para, a seu critério, adjudicar e homologar o objeto do certame à empresa vencedora e, após, a adjudicatária será convocada para assinar e retirar o Contrato.

10.2. As cláusulas gerais do instrumento contratual constam do **ANEXO V**, deste Edital.

10.3. A adjudicatária deverá no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados da data da convocação, comparecer para assinatura do contrato, observado o prazo de validade da proposta.

10.4. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado por igual período mediante solicitação expressa da adjudicatária.

10.5. Na hipótese do não atendimento à convocação para assinatura do instrumento contratual ou havendo recusa em recebê-lo, fica facultado à Administração, desde que haja conveniência, proceder a adjudicação às demais licitantes, observada a ordem de classificação das propostas.

10.6. A contratada deverá prestar garantia no valor de 5% (cinco por cento) do valor do contrato, em conformidade com a legislação vigente.

11. DA FISCALIZAÇÃO:

11.1 A Prefeitura Municipal de Rio Acima nomeará Gestor para realizar a fiscalização do Contrato resultante desta Concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção.

11.1.1 A fiscalização da execução do contrato será exercida por um fiscal titular e na falta deste por um substituto, ao qual competirá velar pela perfeita execução do objeto, em conformidade com o previsto no Edital, seus anexos e na Proposta da CONTRATADA e neste Instrumento.

11.1.2 Em caso de eventual irregularidade, inexecução ou desconformidade na execução do Contrato, o agente fiscalizador dará ciência a CONTRATADA, por escrito, para adoção das providências necessárias para sanar as falhas apontadas.

11.1.3 A fiscalização de que trata esta cláusula não exclui, nem reduz a responsabilidade da CONTRATADA por quaisquer irregularidades, inexecuções ou desconformidades havidas na execução do objeto, aí incluídas imperfeições de natureza técnica ou aquelas provenientes de vício redibitório, como tal definido pela lei civil.

11.1.4 A CONTRATANTE reserva-se o direito de rejeitar no todo ou em parte, o objeto da contratação, caso o mesmo afaste-se das especificações do Edital, seus anexos e da Proposta da CONTRATADA.

12. DO RECEBIMENTO DO OBJETO

12.1. O objeto desta licitação será recebido pela unidade requisitante, consoante o disposto no artigo 73 e 74, da Lei federal nº 8.666/93 e demais normas pertinentes.

12.2. Constatadas irregularidades na execução do objeto a Prefeitura de Rio Acima poderá:

- a) Refutá-lo no todo ou em parte, determinando a substituição de produto, refazimento dos serviços ou rescindir a contratação, sem prejuízo das penalidades previstas.
- b) Na hipótese de substituição de produto ou refazimento de serviços, a contratada deverá fazê-lo em conformidade com as condições estabelecidas no instrumento contratual, no prazo máximo de 15 dias, contados da notificação por escrito, sem que isto implique em quaisquer ônus para a Prefeitura Municipal de Rio Acima.
- c) Na impossibilidade de serem substituídos ou refeitos, aplicar-se-ão as sanções cabíveis.

12.3 Os direitos autorais, patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análise e planos), pela licitante Contratada, sobre peças, acompanhadas de demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, ou de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste contrato serão cedidos a Prefeitura Municipal de Rio Acima.

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

12.3.2. O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração no contrato.

12.3.3. Os direitos patrimoniais poderão ser usados pela Prefeitura Municipal de Rio Acima em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.

12.3.4. Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos de terceiros, a Prefeitura Municipal de Rio Acima solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quando à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

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

12.3.6. A Prefeitura Municipal de Rio Acima será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento do contrato fruto da licitação para com a Agência.

13. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

13.1. A liquidação da despesa será realizada, por meio da aceitação formal, com exigências contratuais e mediante a apresentação das notas fiscais/faturas da Contratada, de veículos de comunicação e de fornecedores, em nome da Prefeitura Municipal de Rio Acima, conforme previsto na Minuta Contratual anexa a este.

14. PENALIDADES

14.1. A licitante ou contratada que descumprir quaisquer das cláusulas deste edital ou do instrumento contratual ficará sujeita às penalidades previstas nos artigos 86 e 87 da Lei Federal nº 8.666/93.

14.2. Ficarão sujeitos a impedimento de licitar e de contratar com a Administração Pública direta e autárquica, pelo prazo de até 02 (dois) anos conforme dispõe o inciso III, Art. 87 da Lei Federal nº 8.666/93, sem prejuízo das multas prevista no edital e no instrumento contratual e das demais cominações legais, aquele que convocado dentro do prazo de validade da proposta:

14.2.1. deixar de entregar documentação ou apresentar documentação falsa para o certame.

14.2.2. não celebrar o contrato.

14.2.3. comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude fiscal.

14.2.4. não manter a proposta, lance ou oferta.

14.2.5. ensejar o retardamento da execução do objeto da contratação.

14.2.6. falhar ou fraudar na execução do contrato.

14.3. MULTAS - em cada caso, aplicar-se-á:

14.3.1. 20% (vinte por cento) do valor estimado para a contratação, em razão do descumprimento de exigência do edital.

14.3.2. 0,33% (trinta e três centésimos por cento) por dia de atraso sobre a parcela do objeto.

14.3.3. 20% (vinte por cento) por inexecução parcial do instrumento contratual sobre o valor da correspondente parcela.

14.3.4. 20% (vinte por cento) por inexecução total do instrumento contratual sobre o seu valor.

14.3.5. 10% (dez por cento) sobre o valor da parcela que tenha problemas técnicos, mais multa de 0,33 (trinta e três centésimos) por cento ao dia enquanto os problemas técnicos não forem sanados, contados da data em que a Administração tiver comunicado à empresa a irregularidade.

14.3.6. 10% (dez por cento), por descumprimento de quaisquer das obrigações decorrentes do ajuste, que não estejam previstas nos subitens acima, a qual incidirá sobre o valor do instrumento contratual.

14.3.7. Os atrasos por problemas técnicos que perdurarem por mais de 10 (dez) dias, serão considerados inexecução parcial para os efeitos das aplicações das penalidades.

14.3.8. Os atrasos superiores a 60 (sessenta) dias serão considerados inexecução total para efeito de aplicação de penalidade.

14.4. As penalidades serão aplicadas a critério da Administração e são independentes sendo que a aplicação de uma não exclui a das outras, quando cabíveis, conforme disposto no art. 87 da Lei de Licitações.

14.5. O prazo para pagamento das multas será de 05 (cinco) dias úteis a contar da intimação da empresa apenada. A critério da Administração e sendo possível, o valor devido será descontado da eventual garantia prestada. Não havendo pagamento, o valor será inscrito como dívida ativa, sujeitando a devedora a processo executivo.

15. DOS RECURSOS

15.1. Dos atos da Administração cabem recursos, incumbindo à CPL e à proponente observar o disposto no art. 109, da Lei nº. 8.666/93, observados os prazos ali fixados, ou seja, 05 (cinco) dias úteis contados a partir da publicação ou da ciência oficial do ato.

15.2. Os memoriais de recurso e as contrarrazões deverão ser interpostos e entregues, mediante petição, devidamente fundamentados e protocolados até às 17h00min do último dia do prazo, na Prefeitura Municipal de Rio Acima.

15.3. Os recursos intempestivos ou apresentados em desacordo com as condições deste Edital, não terão análise de mérito.

15.4. Não serão conhecidos os recursos enviados pelos Correios, correio eletrônico ou qualquer outro meio de comunicação, se dentro dos prazos previstos em lei as petições originais não tiverem sido protocolizadas.

15.5. A Comissão Permanente de Licitações, no exercício de suas funções, poderá valer-se de pareceres técnicos e/ou jurídicos exarados por servidor/comissão devidamente constituídos, para embasar suas decisões quando do julgamento das fases de julgamento das propostas e da habilitação.

16. DISPOSIÇÕES GERAIS

16.1. Para solucionar quaisquer questões oriundas desta licitação, é competente, por disposição legal, o Foro da Comarca de Nova Lima/MG.

16.2. É facultada à CPL ou à autoridade superior em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo.

16.3. Fica assegurado ao município o direito de, no interesse da Administração, anular ou revogar, a qualquer tempo, no todo ou em parte, a presente licitação, dando ciência aos participantes, na forma da legislação vigente.

16.4. Será observado, ainda, quanto ao procedimento desta Concorrência:

16.4.1. A anulação do procedimento licitatório por motivo de ilegalidade não gera obrigação de indenizar, ressalvado o disposto no parágrafo único do artigo 59 da Lei Federal nº 8666/93.

16.4.2. A nulidade de procedimento licitatório induz à do contrato, ressalvado, ainda, o dispositivo citado no subitem imediatamente anterior.

16.4.3. No caso de desfazimento do processo licitatório, fica assegurado o contraditório e a ampla defesa.

16.5. As interessadas deverão ter pleno conhecimento dos elementos constantes do Edital, bem como de todas as condições gerais e peculiares do local onde serão executados os trabalhos, não podendo invocar nenhum desconhecimento como elemento impeditivo da formulação e sua proposta ou do perfeito cumprimento do Contrato.

16.6. As licitantes são responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação, sob pena das sanções aplicáveis em cada caso, previstas neste edital, não se excluindo as de caráter civil e/ou criminal e a Prefeitura Municipal de Rio Acima, não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

16.7. É vedada a subcontratação, cessão ou transferência no todo ou em parte do objeto licitado, sem expressa anuência da Prefeitura Municipal de Rio Acima.

16.8. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente na Prefeitura Municipal de Rio Acima.

16.9. Os demais atos relativos a esta licitação serão realizados mediante publicação na Imprensa Oficial ou outro meio legal.

16.10. As normas disciplinadoras desta licitação serão interpretadas em favor da ampliação da disputa, respeitada a igualdade de oportunidade entre os participantes e desde que não comprometam o interesse público, a finalidade e a segurança da contratação.

16.11. As partes responderão por perdas e danos pelo inadimplemento de suas obrigações contratuais, além de outras cominações definidas na legislação em vigor.

17. FAZEM PARTE DO PRESENTE EDITAL:

ANEXO I – Declaração

ANEXO II – Modelo de Proposta de Preços;

ANEXO III – Termo de Referência;

ANEXO IV – Briefing;

ANEXO V – Minuta de Contrato;

ANEXO VI – Termo de Retirada do Invólucro Apócrifo;
ANEXO VII – Recibo de Retirada de Edital;
ANEXO VIII – Modelo de Procuração / Credenciamento;
ANEXO IX – Modelo de Declaração ME/EPP
ANEXO X – Modelo de Declaração - Menor

Rio Acima/MG, 04 de Novembro de 2022.

Fernando Paiva de Brito
Secretário Municipal de Administração

Nelciney Maximiano
Presidente da Comissão Permanente de Licitações

ANEXO I - EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 012/2022.

MODELO DECLARAÇÃO

À

Prefeitura Municipal de Rio Acima

Concorrência nº 012/2022

Processo Administrativo nº ____/2022

A (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 nº 1**, assim como todos os documentos e informações necessários à participação nesta Concorrência, conhecendo e acatando as condições para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;
- 2) Inexistência de impedimentos para a participação, ou seja, que não incorre em nenhum dos casos relacionados nas condições de participação do Edital.
- 3) Que a proposta apresentada foi elaborada de maneira independente.

Local, data, nome da agência, CPF e cargo e assinatura do representante legal.

ANEXO II - EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 012/2022

MODELO PROPOSTA DE PREÇO

Razão Social da PROPONENTE:		
Endereço:		
CEP:	Fone:	Fax:
e-mail:	CNPJ:	Inscrição Municipal :

Prestação de serviços de publicidade a serem realizados conforme edital e seus anexos.

A presente Proposta é válida por ____ (_____) dias*, a contar de sua abertura.
(* = no mínimo 90 dias)

Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência n. xxx/2022, promovida pela Prefeitura Municipal de Rio Acima, a Contratada será remunerada da seguinte forma:

Desconto a ser concedido à Prefeitura Municipal de Rio Acima sobre os custos internos, baseados na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais:% (..... por cento), vigente à época da prestação dos serviços;

Honorários de% (..... por cento) incidente sobre os preços de: serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato; de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, e

Honorários de% (..... por cento) quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, incidente sobre o valor respectivo;

Desconto Padrão, a ser concedido pelos Veículos de Divulgação conforme Normas Padrão do CENP.

Ficam definidos, **sem estarem sujeitos à pontuação**, os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura Municipal de Rio Acima, aos direitos autorais de terceiros:

a) Remuneração de até 70% (setenta por cento) aos Atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado.

b) Remuneração de até 70% (setenta por cento) aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas às peças e campanhas publicitárias realizadas, na reutilização destas por período igual ao inicialmente pactuado.

1. Declaramo-nos cientes de que a Prefeitura Municipal de Rio Acima procederá a retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

2. Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no subitem 12.3 do Edital.

3. Declaramos que comprometemos em enviaar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços e veículos, quando for o caso, transferindo à Prefeitura Municipal de Rio Acima as vantagens obtidas.

LOCAL:	DATA:
--------	-------

Nome do REPRESENTANTE:	
RG:	CPF:
Assinatura do REPRESENTANTE:	

Observação: A Proposta de Preços deverá ser elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por seu representante, cuja competência para prática deste ato deverá ser documentalmente comprovada nos autos do certame.

ANEXO III – EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 012/2022.

TERMO DE REFERÊNCIA

1. OBJETO

1.1. Constitui objeto da presente licitação a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse do Município, cujo objeto inclui 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 difundir ideias ou informar o público em geral.

Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

1.2. Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;

1.3. à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias; à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

1.3. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea “a” do subitem 3.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Rio Acima, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.4. Objetivos do Termo de Referência

1.5 - Este Termo de Referência fixa as normas e as condições para:

1.5.1 - Informar aos proponentes dos seus compromissos, objetivos, conteúdos, prazos, forma de pagamento e critérios para a prestação dos serviços solicitados.

1.5.2. - Orientar quanto à contratação de empresa especializada em publicidade e propaganda.

2. DA JUSTIFICATIVA

O objeto da presente licitação tem por finalidade assessorar as áreas de comunicação social, promover a divulgação das ações do Governo municipal e dos seus órgãos, disseminar informações de interesse público, coordenar a e acompanhar a criação e veiculação da publicidade institucional relativa a planos,

programas, projetos e ações, estabelecendo políticas e diretrizes, objetivando a manutenção de um fluxo permanente de informação à sociedade.

O Governo municipal tem mantido seu compromisso com a mudança e a construção de uma sociedade com mais justiça social e igualdade, baseado no diálogo permanente com a sociedade do município, no respeito às pessoas e, sobretudo, construindo projetos de governo e políticas públicas que tem a população de Rio Acima como sua prioridade máxima.

As ações do Município têm sido orientadas em quatro eixos estruturantes, intersetoriais e transversais, sem prejuízo de novas demandas que possam ir surgindo ao longo da gestão. Esses eixos estão integrados entre si e são na sua essência, indivisíveis e, portanto, transversais aos demais. São eles:

I – Enfrentar as diferenças sociais com um conjunto de políticas, programas, projetos e ações, direcionados à garantia do efetivo exercício de cidadania da população e continuar construindo oportunidades que garantam o usufruto dos direitos sociais, políticos e culturais para todos;

II – Cuidar bem do dinheiro público e modernização da gestão pública que traduz o compromisso de uma gestão pautada pela correta aplicação dos recursos públicos, assegurando a cobertura das políticas com as oportunidades de emprego, trabalho, renda e cidadania, possibilitando ainda a modernização contínua da administração pública;

III – Promover o desenvolvimento para todos que reflete a luta permanente e persistente para construir oportunidades de maior acesso da população aos benefícios decorrentes do desenvolvimento sustentável, focado nas pessoas e suas demandas econômicas, sociais, culturais e ambientais e na valorização da cultura e das identidades da população.

IV – Ampliar a infraestrutura e logística com desenvolvimento para todos com o objetivo de reestruturar as ações dessa área visando acessibilidade e utilização democrática dos espaços públicos, na perspectiva de garantir mobilidade das pessoas e bens no território do município e indicar novas possibilidades de qualificar a experiência cotidiana do cidadão.

Entende-se, assim que o jeito correto de governar também exige uma forma correta de se comunicar com a sociedade, construindo canais de comunicação eficazes para levar a todos os moradores do município conhecimento sobre os atos administrativos e de gestão do Governo Municipal, mas também ouvir permanentemente os anseios da população.

A sociedade da informação que estamos vivenciando, se caracteriza pela necessidade de respostas rápidas e por uma cultura acentuadamente voltada aos relacionamentos internos e externos, com transformações que se localizam principalmente nas formas e no tempo de distribuição de informação, resultado de inovações tecnológicas e da importância ofertada ao desenvolvimento social.

O ambiente da comunicação também mudou, com a inclusão das novas tecnologias que, de um lado, oferecem mais recursos e, de outro, aceleram os processos e alteram uma cultura bastante tradicional de relacionamento entre as comunidades interna e externa das organizações. Assim, temos notícias via satélite e por redes de crescente autonomia comunicacional do cidadão, a diminuição da prestação de

serviços públicos presenciais, o crescente envolvimento da mídia com o mercado, enfim tudo parece indicar que existe uma grande transformação da cultura de comunicação na sociedade contemporânea.

Observa-se, portanto, que a comunicação governamental visando a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas e o reconhecimento das ações promovidas nos campos político, econômico e social é de vital importância para o atingimento das metas estabelecidas.

3. DOS SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E SEU FUNDAMENTO

A contratação de serviços publicitários pela Administração Pública deverá ser precedida de correspondente processo licitatório, sob pena de incorrerem as autoridades responsáveis, em infrações legais, inclusive decorrente da prática de atos de improbidade administrativa, além de outros.

A lei 12.232/2010, em seu artigo 1º. estabelece a obrigatoriedade da realização de procedimentos licitatórios nas contratações pela administração pública de serviços de publicidade, que deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, aí abrangidos os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, bem como as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pela união, Estados e Municípios.

Os serviços objeto da presente Concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei 4.680/65 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei n. 12.232/2010.

4. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

4.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos constantes do Edital.

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

Invólucro 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

4.3. Os textos do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverão ser apresentados de acordo com a seguinte formatação:

- a) Em papel A4 – 75 g/m2 a 90 g/m2, branco;
- b) Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda, capa e contracapa em papel branco, formato A4 e com 75 g/m2 a 90 g/m2;
- c) Espaçamento de 3 (três) cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- d) Espaçamento “simples” entre linhas e opcionalmente duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos
- e) títulos, subtítulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) Alinhamento justificado do texto;

g) Numeração em todas as páginas, em fonte Arial 12, cor “automático”, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito;

h) Negritos, sublinhados, itálicos e caixa alta poderão ser utilizados para destaques no texto.

4.3.1. Os itens “Raciocínio Básico”, “Estratégia de Comunicação Publicitária” e “Estratégia de Mídia e Não Mídia” poderão ter gráficos e/ou tabelas, observadas as seguintes regras:

a) os gráficos e/ou tabelas devem ser editados em cores;

b) os dados e informações dos quadros e/ou tabelas podem ser editados na fonte, estilo, cor e tamanho à escolha da licitante.

4.4. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da Ideia Criativa e da relação de peças, estão limitados, no conjunto, a 15 (quinze) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos quesitos.

4.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só e de forma inequívoca, possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

4.6. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos quesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Briefing, parte do Termo de Referência, observadas as seguintes disposições:

4.6.1. Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura de Rio Acima para enfrentar os desafios ou os problemas, geral e ou específico, de comunicação;

4.6.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados.

4.6.3. Ideia Criativa: apresentação pela licitante de defesa da campanha publicitária, através de textos e peças, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no Edital, com comentários sobre cada peça.

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar 10 (dez) peças como exemplos para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios ou problemas, gerais e ou específicos, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária;

c) As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas soltas, separadamente do caderno único mencionado anteriormente, em pranchas com 420x297mm (formato A3, papel cartão supremo branco) e as peças eletrônicas em CD ou DVD, que também deverão ser anexados

em papel A3 cartão supremo branco, através suporte de borracha ou dentro de invólucro branco próprio para CD ou DVD colados no A3 aqui especificado.

c1) Cada peça da campanha deverá trazer especificação sucinta destinada a facilitar a identificação e análise pelos integrantes da Subcomissão Técnica (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, *outdoor*, etc);

c2) As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura e não ultrapassem os limites das pranchas A3.

d) Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea 'b' acima, devem ser observadas as seguintes regras:

d1) as reduções e variações de formato serão consideradas como peças;

d2) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

d3) anúncio composto de páginas sequenciais para qualquer meio será considerado uma peça;

d4) adesivagem de *fingers* e similares será considerada uma peça;

d5) um *hotsite* cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça;

d5.1) Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere a alínea acima, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

e) um *banner* e outra peça para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças.

f) um aplicativo com todas as suas telas serão considerados uma única peça, desde que apresentadas na mesma prancha e desde que não prejudique a leitura;

g) para fins desta Concorrência são considerados meios de comunicação: TV (aberta e por assinatura); Rádio (AM/ FM); Revista; Jornal; Cinema; Internet (Site; Redes Sociais, mobile e desktop); Midia Exterior (*Outdoor*; *Backbus*; Mobiliário urbano; Painéis e afins, carro de som); Material impresso (folheto; revista; cartilha; apostila; folder; flyer; jornal; livreto; banner; faixa); Material promocional (material de ponto de venda; *sampling*; cartaz; *blimp*; *wobler*; *totem*; *display*, etc.).

4.6.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia: Texto de defesa constituído de no máximo 5 (cinco) laudas, no qual a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função do tempo e da verba referencial indicados no *Briefing*.

4.6.4.1. Simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças destinadas à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, listas, gráficos e planilhas, cujo valor estimado da campanha integral simulada será de até R\$250.000,00, (duzentos e cinquenta mil reais).

4.6.5 Dessa simulação deverá constar um quadro resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de distribuição das peças;

- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça de não mídia.

4.6.5.1. Nessa simulação:

- a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de lista cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei 4.680/65 e Normas Padrão do CENP;
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

4.6.6. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 4.6.5.1 devem ser os vigentes na data de publicação do primeiro Aviso de Licitação.

4.6.7. As listas, gráficos, planilhas e o quadro resumo da Estratégia de Mídia e não Mídia, não tem limitação quanto ao número de páginas.

Invólucro 2 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

4.7. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia fiel da via não identificada, em papel A4, com as seguintes especificidades:

I – ter a identificação da licitante;

II – ser datado;

III – estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Invólucro 3 - Conjunto de Informações

Capacidade de Atendimento

4.8. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

4.8.2. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, listas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

a) A relação da equipe técnica que será colocada 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;

a1) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;

a2) os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da Prefeitura Municipal de Rio Acima.

b) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;

c) 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.

Repertório

4.9. A Licitante deverá apresentar as peças e fichas técnicas que constituem o Repertório em 2 (dois) cadernos, conforme a seguir:

a) As Peças deverão ser apresentadas no Caderno “1” em papel A3, com ou sem suporte, encadernadas a esquerda com espiral ou wire-o;

b) As Fichas Técnicas deverão ser apresentadas no Caderno “2” em papel A4, encadernadas a esquerda com espiral ou wire-o, com fontes e espaçamentos a livre escolha da licitante, com ou sem o uso de cores, em folhas rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da Licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

4.10. No Repertório deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e as fichas técnicas de cada uma delas, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

a) Conforme art. 6º, inc. X da Lei 12.232/10, as peças devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2017;

b) as peças eletrônicas deverão ser apresentadas em CD ou DVD, executáveis no sistema operacional Windows, anexados em papel A3, através de suporte de borracha ou dentro de envelope próprio colado no papel citado;

c) as peças não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Prefeitura Municipal de Rio Acima seja ou tenha sido signatária;

d) para cada peça prevista acima, deverá ser apresentada correspondente ficha técnica em papel A4, com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a

resolver e os resultados alcançados, bem como a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, e exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos, um veículo que divulgou cada peça.

4.11. As peças não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Prefeitura Municipal de Rio Acima seja ou tenha sido signatária;

4.12. Para cada peça prevista no subitem 4.11, deverá ser apresentada correspondente ficha técnica em papel A4, com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e os resultados alcançados, bem como a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, e exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos, um veículo que divulgou cada peça.

4.13. Não há limitação de número de páginas para apresentação das fichas técnicas do Repertório.

c) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

4.14. A licitante deverá apresentar, em um caderno próprio em papel A4, encadernado a esquerda com espiral ou wire-o, com fontes e espaçamentos a livre escolha da licitante, 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

4.15. Conforme art. 6º, inc. X da Lei 12.232/10 as campanhas de que trata o subitem 4.14 devem ter recebido a autorização para sua produção ou terem sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2017.

4.16. Os relatos deverão estar formalmente referendados com a assinatura dos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Prefeitura Municipal de Rio Acima seja ou tenha sido signatário.

4.17. Em cada 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, e por último as respectivas fichas técnicas das peças daquele Relato.

4.18. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças, em caderno próprio, encadernado a esquerda com espiral ou wire-o, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, sendo que:

a) as peças eletrônicas deverão ser apresentadas em CD ou DVD, executáveis no sistema operacional Windows, anexados em papel A3, através de suporte de borracha ou dentro de envelope próprio a ser colado no papel aqui citado;

b) as peças gráficas deverão ser apresentadas em papel A3, preservadas, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais.

c) Para cada peça constante do Relato, deverá ser apresentada uma ficha técnica. As fichas técnicas deverão conter no mínimo, a razão social do cliente, o tipo e o título da peça, indicação de um veículo onde foi inserida, o mês e ano de sua veiculação e serem anexadas ao caderno contendo os Relatos, não sendo estas computadas para efeito do limite de laudas citadas no subitem 4.14.

5. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

5.1. A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

5.3. Plano de Comunicação Publicitária

5.4. Raciocínio Básico

a) Acuidade de compreensão das funções e do papel da Prefeitura Municipal de Rio Acima nos contextos social, político e econômico;

b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Rio Acima com seus públicos;

c) Das características da Prefeitura Municipal de Rio Acima e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing.

5.5. Estratégia de Comunicação Publicitária

a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing;

b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura de Rio Acima com seus diversos públicos;

c) A consistência lógica e a clareza na argumentação.

5.6. Ideia Criativa

a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação;

b) Sua pertinência às atividades da Prefeitura de Rio Acima e à sua inserção na sociedade;

c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas;

d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos;

5.7. Estratégia de Mídia e Não Mídia

a) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios;

- b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos;
- c) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças.

Conjunto de Informações

5.8. Capacidade de Atendimento

- a) Relação da equipe técnica (com currículo resumido de cada profissional) que estará à disposição da Prefeitura de Rio Acima;
- b) As estruturas técnica e operacional da licitante para suprir as necessidades da conta publicitária a ser atendida;
- c) A sistemática de atendimento a ser adotada no relacionamento entre a licitante e a equipe técnica da Prefeitura de Rio Acima;

5.9. Repertório

- a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
- b) Qualidade da execução e do acabamento da peça;
- c) Clareza da exposição das informações prestadas.

5.10. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) Evidência de planejamento publicitário;
- b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.

5.11. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir, e pontuação de quesitos e subquesitos conforme itens 8.1 a 8.3 do Edital.

5.12. Aos quesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS	PONTOS
Plano de Comunicação Publicitária, sendo:	70
Raciocínio Básico	25 pontos
Estratégia de Comunicação Publicitária	15 pontos
Ideia Criativa	20 pontos
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10 pontos
Conjunto de Informações, sendo:	30
Capacidade de Atendimento	15 pontos
Repertório	7 pontos
Soluções de Problemas de Comunicação	8 pontos
Pontuação máxima total	100

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

5.14. A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

5.15. Será considerada mais bem classificada na fase de julgamento da Proposta Técnica a licitante que obtiver a maior nota.

5.16. A Subcomissão Técnica desclassificará as propostas que não obtiveram no mínimo 70% (setenta por cento) dos pontos da Proposta Técnica (invólucros 1 e 3), ou seja, menos de 49 (quarenta e nove) pontos no Plano de Comunicação Via Não Identificada e menos de 21 (vinte e um) pontos no Conjunto de Informações.

6. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

6.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas pela Comissão Permanente de Licitação quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital, em seus anexos e nas Normas Padrão do CENP.

6.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços e/ou que não atender os requisitos do Edital.

6.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Proposta de Preços da licitante, cujo modelo constitui o Anexo II, ressalvado que, não será aceito:

a) **percentual de desconto superior a 70% (setenta por cento)** em relação aos preços previstos na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, em vigor à época da prestação dos serviços, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

b) **percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre os preços de: serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato; de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

c) **Percentual de honorários superior a 10% (dez por cento)** quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo.

6.4. Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Permanente de Licitação considerará o preço por extenso.

7. DO VALOR, PRAZO, VIGÊNCIA E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência, doravante denominada agência licitante ou contratada, cujo crédito orçamentário prevê o valor

estimado de R\$3.000.000,00 (três milhões de reais) e correrá por conta da seguinte dotação orçamentária: 02.001.003.24.131.0008.2.215.3.3.90.39.00

A Prefeitura Municipal de Rio Acima se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

O prazo de vigência da presente contratação será de 12 (doze) meses, contados da data de assinatura do Contrato, podendo ser prorrogado, a critério da administração, segundo as disposições do inciso II do artigo 57 da lei 8.666/93 e suas alterações.

8. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

Poderão participar desta Concorrência agências de propaganda que atendam às condições deste Edital e apresentem os documentos nele exigidos.

Não poderão participar, direta ou indiretamente, desta licitação:

- a) empresas cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto deste Edital;
- b) empresas que se encontrem em processo de dissolução, fusão, cisão ou incorporação;
- c) em regime de consórcio, qualquer que seja sua forma de constituição, e empresas controladas, coligadas, interligadas ou subsidiárias entre si;
- d) empresas que tenham sócios, gerentes ou responsáveis técnicos que sejam servidores ou dirigentes de órgão ou entidade da Prefeitura Municipal de Rio Acima;
- e) suspensa se participar de licitação e impedidas de contratar com a Prefeitura Municipal de Rio Acima, conforme art. 87, inciso III, da Lei 8.666/93, durante o prazo da sanção aplicada;
- f) declaradas inidôneas para licitar com a Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual ou Municipal, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, conforme artigo 87, inciso IV, da Lei 8.666/93.
- g) sociedades estrangeiras não autorizadas a funcionar no País;
- i) empresas integrantes de um mesmo grupo econômico, assim entendidas aquelas que tenham diretores e ou sócios comuns.

9. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

9.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

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

9.1.1. Realizar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a intermediação na contratação de fornecedores nos termos do edital, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE, observada a restrição prevista no subitem 2.1.1 do Contrato a ser firmado.

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

9.1.3. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas.

9.1.3.1. Pertencem à CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículos de divulgação

9.1.3.1.1. O disposto no subitem 9.1.3.1 não abrange os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos à CONTRATADA, nos termos do artigo 18 da Lei 12.232/2010.

9.1.3.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

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

9.1.3.3.1. O desrespeito ao disposto no subitem 9.1.3.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

9.1.4. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes do Edital no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

9.1.5. Observar a seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços à CONTRATANTE:

I – fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II – exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

III – a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

IV – juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito e em atividade, 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 serviços a ser fornecido.

V – a CONTRATADA após recebimento de cada processo de pagamento pela CONTRATANTE fica obrigada, no prazo de 7 (sete) dias úteis, a apresentar comprovante de pagamento referente aos serviços de fornecedores executados em prol do objeto deste contrato.

9.1.6.1. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato.

9.1.6.1.1 O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no caput deste artigo exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

9.1.6.1.2. No caso do subitem 9.1.6.1.1, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em Invólucros fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

9.1.6.1.1. O fornecimento de bens ou serviços especializados de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea a do inciso II do art.23 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto no item 9.1.6.1.2.

9.1.6.2. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do gestor deste contrato.

9.1.6.3. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços, acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

9.1.6.4. As disposições dos subitens 9.1.6 a 9.1.6.3 não se aplicam á compra de mídia.

9.1.7. Submeter à contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

9.1.7.1. é vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

I – um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

II – dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

9.1.8. Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito para autorizar despesas com bens e serviços prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

9.1.8.1. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

9.1.9. Apresentar à CONTRATANTE para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível; obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei 12.232/2010.

9.1.10. Apresentar à CONTRATANTE como alternativa ao subitem 9.1.9, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei 12.232/2010.

9.1.10.1. O estudo de que trata o subitem 9.1.10 deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

9.1.10.1.1. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 9.1.10, a CONTRATANTE solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

9.1.11. Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo da CONTRATANTE, sem ônus para esta:

- a) TV e Cinema: cópias em arquivos digitais;
- b) internet: cópias em arquivos digitais;
- c) Rádio: cópias em arquivos digitais;
- d) Mídia impressas e material publicitário: cópias digitais.

9.1.12. Manter, durante o período de 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no subitem 9.1.11.

9.1.13. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.

9.1.13.1. O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 9.1.11.

9.1.14. Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

9.1.15. Registrar em relatório de atendimento todas as reuniões de serviços entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias do desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

9.1.15.1. Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE até o prazo máximo de 02 (dois) dias úteis após a realização do contato.

9.1.15.2. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

9.1.16. Tomar providências, imediatamente em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

9.1.17. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

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

9.1.19. Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

9.1.20. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o artigo 4º e seu parágrafo primeiro da Lei 12.232/2010.

9.1.21. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infração a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

9.1.22. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

9.1.23. 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, de 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.

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

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

9.1.26. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

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

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

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

9.1.30. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

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

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

10. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

10.1. Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- b) comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais, determinados pela urgência, que deverão ser confirmados por escrito no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis.
- c) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.
- d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à contratação de fornecedores de bens e serviços pela CONTRATADA.

- e) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- f) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- g) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

10.2. A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência de que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

11. DA FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

11.1. A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-lo, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado, com anuência da Secretaria Municipal de Rio Acima.

11.1.1. Serão nomeados um Fiscal ou Gestor titular e um substituto, para executar a fiscalização deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATANTE, objetivando sua imediata correção.

11.1.1.1. Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá ao fiscal ou gestor, verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de serviços pela CONTRATADA.

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

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

11.4. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a CONTRATANTE.

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

11.6. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidades ou falhas, não exime a CONTRATADA.

11.7. 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 exigências apresentada pela fiscalização.

11.8. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE e ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à CONTRATANTE.

11.9. À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

12. DA REMUNERAÇÃO DA CONTRATADA

12.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta cláusula:

12.1.1. Ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, com base na Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente à época da prestação dos serviços, com a concessão do desconto de % (.....).

12.1.2. Percentual de honorários% (..... por cento) incidente sobre os preços de: serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato; de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

12.1.3. Percentual de honorários% (..... por cento) quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo.

12.1.4. Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

12.1.5. A CONTRATADA se compromete a apresentar planilha detalhada com os valores previstos na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente na data de prestação dos serviços, e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.1.

12.2. Os honorários de que tratam os subitens 12.1.2 e 12.1.3 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado pelos fornecedores.

12.3. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, no atendimento da conta, serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.

12.4. Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias,

locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.

13. DO DESCONTO DE AGÊNCIA

13.1. Além da remuneração acima, a CONTRATADA fará jus ao desconto padrão de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei 4.680/65 e Normas Padrão do CENP.

13.2. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pelos veículos de divulgação pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do artigo 19 da Lei 12.232/2010.

14. DA GARANTIA

14.1. A CONTRATADA prestará garantia, em favor da CONTRATANTE, no valor correspondente a 5% (cinco por cento) do valor do contrato, estimado para a execução dos serviços, no prazo de até 30 dias úteis, contados a partir da data de assinatura deste contrato.

14.1. Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

14.3. Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a CONTRATADA se obriga a complementação da garantia no prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

14.4. Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei 8.666/93.

14.4.1. O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

14.5. A garantia ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 30 (trinta) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seu gestor/fiscal, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas

14.5.1. Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base no Índice Geral adotado à poupança, segundo as normas do Banco Central do Brasil.

15. DISPOSIÇÕES GERAIS

15.1. É facultado à Comissão Permanente de Licitação ou à autoridade a ele superior, em qualquer fase da licitação, promover diligências com vistas a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar nele desde a realização da sessão pública.

15.2. A Comissão Permanente de Licitação, no exercício de suas funções, poderá valer-se de pareceres técnicos e/ou jurídicos exarados por servidor/comissão devidamente constituídos, para embasar sua decisão quando do julgamento das fases de habilitação e proposta.

15.3. O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará no afastamento do licitante, desde que seja possível a aferição de sua qualificação e a exata compreensão da sua proposta.

15.4. A CONTRATADA fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do Contrato de Prestação de Serviço, conforme previsto nos parágrafos 1º e 2º do art. 65 da Lei 8.666/93.

15.5. A Contratada não poderá caucionar ou utilizar o Contrato para qualquer operação financeira.

15.6. As normas que disciplinam este procedimento licitatório serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os licitantes, desde que não comprometam o interesse da Administração, a finalidade ou a segurança da contratação.

15.7. A Contratada deverá manter, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas neste edital.

15.8. A Comissão Permanente de Licitação procederá à devolução dos invólucros fechados aos licitantes inabilitados, contendo as respectivas propostas, desde que não tenha havido recurso ou após sua denegação.

15.9. A participação do Licitante nesta licitação implica em aceitação de todos os termos deste edital.

15.10. Os casos não previstos neste Edital serão decididos pela Comissão Permanente de Licitação ou pela autoridade superior.

Rio Acima/ MG , ... de de 2022.

ANEXO IV – EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 012/2022

BRIEFING

1. CONTEXTO GERAL

Breve história do município

Por volta de 1736 surgiu o povoado de Santo Antônio de Rio Acima, às margens do Rio das Velhas, maior afluente do rio São Francisco. A localidade foi descoberta por bandeirantes que desbravavam o interior das Minas Gerais à procura de ouro. As histórias populares contadas na cidade dizem que quando chegaram em Nova Lima, os portugueses queriam ir “rio acima”, daí a expressão que se transformou no atual nome da cidade.

De acordo com a historiadora Eunice Silva Santos, autora do livro “De Santo Antônio a Rio Acima”, em 1752 foi erguida a capela de Santo Antônio (padroeiro da cidade) no estilo barroco. Santo Antônio de Rio Acima foi por anos comarca do município de Sabará. Em fevereiro de 1891 Santo Antônio de Rio Acima passa a ser arraial de Nova Lima. Em setembro de 1923 passou a chamar-se Rio Acima, e em 27 de dezembro de 1948 conseguiu sua emancipação.

Geografia

Entre o turismo, a gastronomia e a cultura, a cidade de Rio Acima é um verdadeiro mar de oportunidades a serem desbravadas. Situada a apenas 39 km de Belo Horizonte, a cidade possui características ímpares que tornam as virtudes do município especiais em vários aspectos.

Há riquezas em todos os lados, a começar pela natureza. Rio Acima é famosa por suas cachoeiras e nascentes, com destaque para a Cachoeira Dona Chica, a Cachoeira do Índio e a Cachoeira do Viana, daí o carinhoso apelido de “Cidades das Águas”. São 84 cachoeiras conhecidas que formam a grande “caixa d’água” da região metropolitana de BH. Além disso, 100% da cidade está dentro da Área de Proteção Ambiental (APA Sul), que comporta 14 municípios de Grande BH, um verdadeiro reduto de educação, preservação e proteção ambiental.

A área possui uma das maiores extensões de cobertura vegetal nativa contínua de Minas Gerais, abrangendo as regiões conhecidas como Caraça e Gandarela, com suas matas úmidas de fundos de vales e as matas de altitude, além de grandes formações rochosas. Em termos de biodiversidade, estas características possuem um valor inestimável.

Além disso, por conta de uma visita do casal real D. Pedro I e D. Leopoldina em 1831, integra a Estrada Real, por meio da estrada que ligava Santa Bárbara e Ouro Preto, dentro da Serra do Espinhaço, mais propriamente da Serra da Gandarela, contendo em seu território 26 marcos do circuito.

Economia

Assim como outras cidades do Estado, o minério está presente na identidade de Rio Acima, com forte viés econômico e até mesmo cultural. Hoje é a principal fonte de renda da cidade. O município é cortado pela Linha do Centro da antiga Estrada de Ferro Central do Brasil, por onde trafegam trens cargueiros da MRS Logística, ligando a cidade ao norte de Minas e ao Rio de Janeiro.

2. DA COMUNICAÇÃO

2.1. Desafio da Comunicação

A Comunicação técnica e estruturada é a ferramental correta para que toda informação chegue com clareza e em tempo para a população que exige uma atitude comunicacional que explore corretamente todas as linguagens da comunicação nas mais variadas mídias e tecnologias propiciando toda a capacidade de entender o papel da administração municipal além de poder optar em participar das ações desenvolvidas para a cidade. Em um momento onde o mundo segue se preparando para a retomada econômica pós-pandemia, Rio Acima tem a expectativa de vencer os desafios econômicos com o resgate de suas festividades populares, impulsionando sua vocação para o turismo, a cultura e a gastronomia. Para a atual gestão municipal tradicional Festa da Goiaba é peça-chave para este sucesso.

Nesse contexto o desafio da comunicação se traduz em se pensar uma campanha com linguagem clara e simples, que promova o relançamento da Festa da Goiaba, com toda a lembrança do sucesso em seus 10 anos de realização e com a promessa de uma retomada de um evento que virou agenda histórica e propriedade cultural e econômica da população de Rio Acima.

2.2. Objetivos da Comunicação

A comunicação é uma ferramenta indispensável a administração pública que tem que manter os cidadãos bem informados sobre suas realizações. Mas a comunicação deve também assumir outros objetivos tão importantes quanto, como a divulgação de grandes acontecimentos e eventos considerando-os um trabalho de fomento ao desenvolvimento da cidade e de sua população.

Nesse sentido, é preciso estimular a população a interagir junto a administração municipal em promover e participar de forma direta da Festa da Goiaba como um patrimônio cultura e econômico que estimula toda a cadeia social e de micro negócios na cidade.

2.3. Público-alvo

São 3 públicos alvo prioritários.

1 - A campanha deverá alcançar o máximo de pessoas que vivem no Município.

2 - Deverá também impactar a população da região metropolitana de Belo Horizonte especialmente nas cidades do entorno de Rio Acima, bem como o Estado de Minas Gerais.

3 - Por último deve impactar o empresariado no sentido de estimulá-los a olhar para a cidade como uma oportunidade de negócios.

2.4. Do Tema da Campanha

FESTA DA GOIABA

Criada em 2004 por iniciativa da então vereadora Tereza Garcia, a Festa da Goiaba foi motivo de orgulho para os rio acimenses por cerca de dez anos. Pela falta da continuidade dos projetos do poder público e a falta de diálogo com a iniciativa privada, a festa foi encerrada em 2014 e a população não conta com um grande evento turístico desde então.

A Festa da Goiaba é encarada como fonte de renda e uma grande oportunidade para a geração de empregos. Para se ter uma ideia da injeção financeira direta, estima-se que em edições passadas, cada barraca tenha faturado cerca de R\$20.000,00 (vinte mil reais) nos três dias de evento.

E como funciona?

“Se a vida der goiabas, faça uma goiabada”. O ditado não é bem assim, mas esse é o espírito que envolve Rio Acima durante a Festa da Goiaba. Dezenas de famílias da Vila Santeiro já estão se preparando para produzir cerca de duas toneladas de produtos com a fruta. A variedade é imensa: há goiabada tradicional e cascão em barra e pote, compota, biscoitos casadinhos, sorvetes, bolos, geleias, ketchups e licores. Em edições anteriores, produtores conseguiram visibilidade suficiente para exportar seus produtos para países da Europa.

A colheita da matéria-prima é feita de maneira simples, já que a região é abundante em frutas. Colhe-se nos pés de goiaba que as pessoas têm em suas próprias casas ou em sítios próximos. O preparo dos doces envolve toda a família, em uma produção verdadeiramente artesanal.

O evento tem duração de 3 dias acontecendo na primeira semana do mês de abril e tem a média histórica de cerca de 40 mil pessoas passem pela Praça Prefeito Milton Gonçalves dos Santos onde acontece a festividade e que compõe o conjunto de praças na área central da cidade. Esta praça abriga uma cascata artificial que representa as cachoeiras da cidade e é por si só ponto turístico de Rio Acima.

Entre as dezenas de barracas que formam a estrutura da festa ofertando produtos aos locais e turistas, há também estandes com vendas de artesanato local, concurso gastronômico para eleger os melhores quitutes. Junto ao evento, a administração municipal promove uma ação de valorização do meio ambiente e sustentabilidade com a distribuição de duas mil mudas de goiabeira promovendo a manutenção da flora ribeirinha e a continuidade de alta produtividade do fruto. A festa irá se encerrar com um grande show de um cantor sertanejo aberto ao público.

As agências participantes da licitação devem ter ciência de que deverão desenvolver uma campanha simulada na Proposta Técnica para o relançamento da Festa da

Goiaba de Rio Acima como um dos principais eventos culturais e econômicos da cidade.

A campanha deve também explorar o potencial social, turístico e econômico da cidade. A campanha deve apresentar e explicar, em linguagem clara e acessível e usando os canais de comunicação e mídia comuns aos moradores da cidade e aos públicos-alvo da campanha, a importância da realização do evento para a população e convocar a participação dos moradores de Rio Acima e das cercanias para esse tradicional evento cultural e gastronômico da cidade.

O nome da campanha, a ser criado pela licitante, deve ser amplamente usado em todas as peças, sobretudo nas redes sociais em forma de hashtags ou outras, como uma maneira de cativar e envolver as pessoas na campanha.

3. DA LOGOMARCA DA PREFEITURA

A campanha deverá ser assinada com a logomarca e/ou brasão da Prefeitura Municipal de Rio Acima no site www.prefeiturarioacima.mg.gov.br/midia.

4. DOS RECURSOS

A licitante deve ter como base a criação, produção e veiculação da campanha dentro de um limite orçamentário de R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais) utilizando todos os meios de comunicação disponíveis que julgar necessário para atingir os objetivos do briefing.

5. DO PRAZO DE DURAÇÃO DA CAMPANHA

A Campanha deverá ter um prazo de 30 (trinta) dias de divulgação.

6. DA ESTRUTURAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO

O Plano de Comunicação deve ser estruturado e apresentado seguindo critérios estabelecidos no Edital e pelo briefing, devendo observar, no mínimo:

Norteamento da campanha: explicar desde o raciocínio básico até a elaboração das estratégias.

Ações de comunicação: apresentar as ações de comunicação propostas descritas em detalhes.

Plano de Mídia: apresentar planejamento de mídia estruturado, distribuindo a verba disponível para o projeto por peça, por meio, por veículo e por período veiculação.

Ideia Criativa: apresentar a defesa da ideia criativa, contendo todas as peças da campanha.

7. INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES/FONTES DE PESQUISA

Site da Prefeitura Municipal de Rio Acima: www.prefeiturarioacima.mg.gov.br

ANEXO V – EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 012/2022.

MINUTA DO CONTRATO/2022

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE ENTRE O MUNICÍPIO DE RIO ACIMA E, NA FORMA ABAIXO:

Pelo presente instrumento particular de contrato de prestação de serviços de publicidade, o Município de Rio Acima, representado por seu Prefeito Municipal, sr. inscrita no CNPJ sob n., com sede nesta cidade, à Rua Antônio Carlos, nº 40, CEP: 34.300-000 - Rio Acima / MG, doravante denominado CONTRATANTE e, de outro lado, a empresa, com sede em, à rua, inscrita no CNPJ sob n., por seu representante legal, sr., RG. CPF., doravante denominada simplesmente CONTRATADA, resolvem celebrar o presente contrato de prestação de serviços de publicidade, objeto da Concorrência n., processo n., submetendo-se as partes de acordo com as cláusulas, condições e obrigações seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DA LEGISLAÇÃO E DOS DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei 12.232, de 29.04.2010 e, de forma complementar, das Leis n. 4.680/65 e 8666/93.

1.2. Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados, independentemente de transcrição – o Edital da Concorrência n./2022 e seus Anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços apresentadas pela Contratada.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO OBJETO

2.1. Constitui objeto da presente licitação a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse da Prefeitura Municipal de Rio Acima, cujo objeto inclui 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 difundir ideias ou informar o público em geral.

2.1.1. Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

b) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

2.1.1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea “a” do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Governo Municipal de Rio Acima, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

2.1.2. Os serviços previstos no subitem 2.1.1. não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículos de comunicação.

2.2 A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o artigo 3º da Lei 4.680/65, na contratação de fornecedores de bens e serviços, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1 e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.3. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

2.4. A CONTRATADA atuará de acordo com solicitação da CONTRATANTE.

CLÁUSULA TERCEIRA – DA VIGÊNCIA E DA PRORROGAÇÃO

3.1. O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

3.1.1. A CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do artigo 57 da Lei 8.666/93.

3.1.2. No interesse do Município de Rio Acima, a contratada fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no artigo 65, parágrafos 1º e 2º, da Lei 8.666/93.

CLÁUSULA QUARTA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1. As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA nos primeiros 12 (doze) meses, está estimado em R\$3.000.000,00 (três milhões de reais), conforme estabelecido no subitem 2.4 da Cláusula Segunda.

4.2. O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2022, correrá por conta da seguinte dotação orçamentária: 02.001.003.24.131.0008.2.215.3.3.90.39.00

4.3. Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

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

CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

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

5.1.1. Realizar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a intermediação na contratação de fornecedores nos termos do edital, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE, observada a restrição prevista no subitem 2.1.1 deste contrato.

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

5.1.3. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas.

5.1.3.1. Pertencem à CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículos de divulgação

5.1.3.1.1. O disposto no subitem 5.1.3.1 não abrange os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos à CONTRATADA, nos termos do artigo 18 da Lei 12.232/2010.

5.1.3.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

5.1.3.3. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se

na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

5.1.3.3.1. O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.3.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

5.1.4. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2 no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

5.1.5. Observar a seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços à CONTRATANTE:

I – fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II – exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

V – a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI – juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito e em atividade, 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 serviços a ser fornecido.

VII – a CONTRATADA após recebimento de cada processo de pagamento pela CONTRATANTE fica obrigada, no prazo de 7 (sete) dias úteis, a apresentar comprovante de pagamento referente aos serviços de fornecedores executados em prol do objeto deste contrato.

5.1.6.1. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato.

5.1.6.1.1 O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no caput deste artigo exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

5.1.6.1.2. No caso do subitem 5.1.6.1.1, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em Invólucros fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

5.1.6.1.1. O fornecimento de bens ou serviços especializados de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea a do inciso II do art.23 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto no item 5.1.6.1.2.

5.1.6.2. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do gestor deste contrato.

5.1.6.3. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços, acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

5.1.6.4. As disposições dos subitens 5.1.6 a 5.1.6.3 não se aplicam à compra de mídia.

5.1.7. Submeter à contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

5.1.7.1. é vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

I – um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

II – dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

5.1.8. Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito para autorizar despesas com bens e serviços prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

5.1.8.1. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

5.1.9. Apresentar à CONTRATANTE para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível; obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5 e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei 12.232/2010.

5.1.10. Apresentar à CONTRATANTE como alternativa ao subitem 5.1.9, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei 12.232/2010.

5.1.10.1. O estudo de que trata o subitem 5.1.10 deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

5.1.10.1.1. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.10, a CONTRATANTE solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.1.11. Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo da CONTRATANTE, sem ônus para esta:

- a) TV e Cinema: cópias em arquivos digitais;
- b) internet: cópias em arquivos digitais;
- c) Rádio: cópias em arquivos digitais;
- d) Mídia impressas e material publicitário: cópias digitais.

5.1.12. Manter, durante o período de 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no subitem 5.1.11.

5.1.13. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.

5.1.13.1. O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 5.1.11.

5.1.14. Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

5.1.15. Registrar em relatório de atendimento todas as reuniões de serviços entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias do desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

5.1.15.1. Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE até o prazo máximo de 02 (dois) dias úteis após a realização do contato.

5.1.15.2. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

5.1.16. Tomar providências, imediatamente em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

5.1.17. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

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

5.1.19. Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.20. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o artigo 4º e seu parágrafo primeiro da Lei 12.232/2010.

5.1.21. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infração a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

5.1.22. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

5.1.23. 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, de 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.

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

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

5.1.26. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

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

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

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

5.1.30. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer

responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

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

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

CLÁUSULA SEXTA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

6.1. Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- b) comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais, determinados pela urgência, que deverão ser confirmados por escrito no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis.
- c) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.
- d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à contratação de fornecedores de bens e serviços pela CONTRATADA.
- e) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- f) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- g) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

6.2. A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência de que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

CLÁUSULA SÉTIMA – FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

7.1. A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-lo, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

7.1.1. Serão nomeados um Fiscal ou Gestor titular e um substituto, para executar a fiscalização deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATANTE, objetivando sua imediata correção.

7.1.1.1. Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá ao fiscal ou gestor, verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de serviços pela CONTRATADA.

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

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

7.4.A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a CONTRATANTE.

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

7.6. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidades ou falhas, não exime a CONTRATADA.

7.7. 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 exigências apresentada pela fiscalização.

7.8. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE e ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à CONTRATANTE.

7.9. À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

CLÁUSULA OITAVA – REMUNERAÇÃO

8.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta cláusula:

8.1.1. Ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, com base na Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente à época da prestação dos serviços, com a concessão do desconto de % (.....).

8.1.2. Percentual de honorários% (..... por cento) incidente sobre os preços de: serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato; de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

8.1.3. Percentual de honorários% (..... por cento) quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo.

8.1.4. Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

8.1.5. A CONTRATADA se compromete a apresentar planilha detalhada com os valores previstos na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente na data de prestação dos serviços, e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.1.

8.2. Os honorários de que tratam os subitens 8.1.2 a 8.1.3 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado pelos fornecedores.

8.3. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, no atendimento da conta, serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.

8.4. Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.

CLÁUSULA NONA – DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto padrão de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei 4.680/65 e Normas Padrão do CENP.

9.2. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pelos veículos de divulgação pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do artigo 19 da Lei 12.232/2010.

CLÁUSULA DÉCIMA – DIREITOS AUTORAIS

10.1. A CONTRATADA cede à CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

10.1.1. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas na Cláusula Oitava deste contrato.

10.1.2. A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

10.2. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores, quando determinada pela CONTRATANTE, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

10.2.1. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE, em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas neste contrato.

10.2.1.1. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 70% (setenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.1.1.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do IGP-DI da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.2. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 70 % (setenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1. e 10.2.2. o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos e qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

10.3. A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obras consagradas, incorporadas à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no subitem 5.1.5.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1 - A liquidação da despesa será realizada, por meio da aceitação formal, desde que cumpridas as exigências contratuais e mediante a apresentação das notas fiscais/faturas, conforme previsto neste.

11.2 - O pagamento será mensal, mediante processo administrativo. A CONTRATADA apresentará as notas fiscais/faturas dos serviços efetivamente prestados até o 15 do mês em curso, e a CONTRATANTE disporá de até 10 (dez) dias úteis para efetuar o pagamento, contados da data da aceitação dos serviços,

por meio de depósito em conta bancária, formalmente indicada com os demais dados necessários à sua operacionalização.

11.2.1 - Em caráter extraordinário, a critério da CONTRATANTE, o encaminhamento dos processos pela CONTRATADA, para pagamento poderá ser efetuado de forma alternativa a que estabelecida acima.

11.2.2 - As cobranças dos serviços serão formalizadas mediante apresentação dos seguintes documentos, emitidos em nome da CONTRATANTE:

a) no caso de prestação de serviços: nota fiscal/fatura da CONTRATADA, em primeira via; nota fiscal/fatura de fornecedores em primeira via, em nome da CONTRATANTE; Estimativa de Custo (EC) ou Ordem de Compra (OC); comprovante de execução da peça, se for o caso, e, no mínimo, 3 (três) orçamentos, quando se tratar de serviços especializados;

b) no caso de contratação de mídia: nota fiscal de serviços da agência, em primeira via, e Nota Fiscal de Serviços de Comunicação - NFSC - dos veículos de comunicação, em primeira via, em nome da CONTRATANTE, acompanhadas da Autorização de Publicação - AP -, da tabela de preços do veículo, da descrição dos descontos negociados, se for o caso, e dos Pedidos de Inserção - PI - correspondentes, bem como do relatório de checagem de veiculação, a cargo de sociedade empresária independente, sempre que possível.

11.3. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

I – serviços executados pela CONTRATADA;

a) intermediação e supervisão de serviços prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os subitens 11.1 e 11.2.

b) execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os subitens 11.1. e 11.2.

II – serviços prestados por fornecedores e veiculação:

a) produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os subitens 11.1 e 11.2;

b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os subitens 11.1 e 11.2;

c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os subitens 11.1 e 11.2;

d) veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os subitem 11.1 e 11.2, da demonstração do valor devido ao veículo, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente.

11.3.1. As despesas com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terão o tratamento previsto na alínea “a” do inciso II do subitem 11.2.

11.3.2. Na ocorrência de falha local em uma programação em mídia eletrônica, além das providências previstas na alínea “d” do subitem 11.2 a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.3.3. Os preços de Lista de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o artigo 15 da Lei 12.232/2010, será conferido pelo gestor/fiscal do contrato, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

11.4. O pagamento das despesas será feito em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2

11.5. No tocante à veiculação, além do previsto na alínea “d” do inciso II do subitem 11.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I – Exemplar original de revista;

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, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.9 ou 5.1.10 a Cláusula Quinta perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

11.5.1. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.9 ou 5.1.10 da Cláusula Quinta, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

I – 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 artigo 299 do Código Penal, 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), dias e horário da veiculação;

I.1) como alternativa do procedimento previsto no inciso I, 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 no inciso I deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento composto contenha todas as informações previstas no inciso I deste subitem.

I.2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos inciso I e I.1 deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, emitida 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.

II – Mídia Exterior:

II.1. 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 artigo 299 do Código Penal, 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.2. 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, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, 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.3. Carro de Som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de 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 artigo 299 do Código Penal, 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 – internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o print da tela.

11.4.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem 11.5.1. serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

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

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

11.6. No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IGP-DI da Fundação Getúlio Vargas.

11.6.1. A CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste Contrato.

11.7. A CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.8. Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até 15 (quinze) dias após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE pela agência bancária pagadora.

11.8.1 A CONTRATADA informará à CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pela CONTRATANTE e encaminhará relatórios até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.8.1.1. Os dados e formatos dos controles serão definidos pela CONTRATANTE e os relatórios deverão conter pelo menos as seguintes informações: data de pagamento da CONTRATANTE, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

11.9. O não cumprimento do disposto nos subitens acima ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

11.9.1. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos neste, a CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato e ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente ao fornecedor de serviços ou ao veículo, conforme o caso.

11.9.2. Para preservar o direito dos fornecedores e veículos em receber com regularidade pelos serviços prestados e pela venda de tempo e ou espaço, a CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos, em operações bancárias concomitantes.

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

11.10. A CONTRATANTE, 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.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA

12.1. A CONTRATADA prestará garantia, em favor da CONTRATANTE, no valor de R\$150.000,00 (cento e cinquenta mil reais) correspondente a 5% (cinco por cento) do valor deste contrato, estimado para a execução dos serviços, no prazo de até 30 dias úteis, contados a partir da data de assinatura deste contrato.

12.1. Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a

CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.3. Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a CONTRATADA se obriga a complementação da garantia no prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.4. Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei 8.666/93.

12.4.1. O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

12.5. A garantia ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 30 (trinta) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seu gestor/fiscal, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas

12.5.1. Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base no Índice Geral adotado à poupança, segundo as normas do Banco Central do Brasil.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1. O descumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pela CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

I – advertência;

II – multa de mora e multa por inexecução contratual;

III – suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE por prazo de até 2 (dois) anos;

IV – declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

13.1.1. Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa.

13.1.2. As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

13.2. A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I – as multas e a advertência serão aplicadas pelo Secretário Municipal de Administração.

II – caberá ao Secretário Municipal de Administração aplicar a suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE e propor a declaração de inidoneidade.

13.3. A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

I – descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

II – outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao envolvimento dos serviços, a juízo da CONTRATANTE, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

13.3.1. No ato de advertência, a CONTRATANTE estipulará prazo para o cumprimento da obrigação e ou responsabilidade mencionadas no inciso I e para a correção das ocorrências de que trata o inciso II, ambos do subitem 13.3.

13.4. A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.

13.4.1. O atraso sujeitará a CONTRATADA à multa de 1% (um por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida.

13.4.2. O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviços caracterizará inexecução total deste contrato.

13.5. A inexecução contratual sujeitará a CONTRATADA à multa compensatória de:

I – de 1% (um por cento) calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou execução insatisfatória deste contrato;

II – 1% (um por cento) calculado sobre o valor previsto no subitem 4.1 pela:

a) recusa injustificada em apresentar a garantia prevista nos subitens 12.1 e 12.4 deste contrato;

b) inexecução total deste contrato;

c) pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da CONTRATANTE.

13.6. A suspensão do direito de licitar e contratar com a CONTRATANTE poderá ser aplicada à CONTRATADA se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

I – por até 2 (dois) anos:

a) Não conclusão dos serviços contratados;

b) Prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da Ordem de Serviço depois da solicitação de correção efetuada pela CONTRATANTE;

- c) Cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à CONTRATANTE, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;
- d) Condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;
- e) Apresentação à CONTRATANTE, de qualquer documento falso ou falsificação, no todo ou em parte, com o objeto de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;
- f) Demonstração, a qualquer tempo, de não possuir idoneidade para contratar com a CONTRATANTE em virtude de atos ilícitos praticados;
- g) Ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei 8.666/93, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato;
- h) Reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso da CONTRATANTE.

13.7. A declaração de inidoneidade será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da CONTRATANTE, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à CONTRATANTE ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

13.7.1. A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada à CONTRATADA se, entre outros casos:

- I – sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;
- II – demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;
- III – reproduzir, divulgar ou utilizar em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio da CONTRATANTE.

13.7.2. A declaração de inidoneidade implica proibição da CONTRATADA de transacionar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir a CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

13.8. Da aplicação das sanções de advertência multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com a CONTRATANTE caberá recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

13.8.1. O recurso referente à aliciação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:

- a) as multas e a advertência: por intermédio do Gestor/fiscal do contrato;
- b) suspensão do direito de licitar ou contratar com a CONTRATANTE: ao Prefeito Municipal.

13.9. As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a CONTRATADA por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do artigo 416 do Código civil.

13.10. A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei 8.666/93, incluída a responsabilização da CONTRATADA por eventuais perdas e danos causados à CONTRATANTE.

13.11. O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda quando for o caso, cobrado judicialmente da CONTRATADA.

13.11.1. O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO

14.1. O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos arts. 77 e 78 nas formas estabelecidas no artigo 79, todos da Lei 8.666/93.

14.1.1. Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a CONTRATADA:

- a) For atingido por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b) For envolvida em escândalo público e notório;
- c) Quebrar o sigilo profissional.
- d) Utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
- e) Não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;

f) Motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;

g) Deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato: e

h) Vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;

l) Não comprovar a qualificação técnica de funcionamento prevista no artigo 4º da Lei 12.232/2010;

J) Deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.5.3, 11.9 e 11.9.1.

14.2. Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA, previstas no presente contrato.

14.3. 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 CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato, com base em documentação comprobatória que justifique quaisquer das ocorrências.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DISPOSIÇÕES GERAIS

15.1. A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com as demais leis vigentes a moral e aos bons costumes.

15.2. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial, às suas expensas, na forma prevista no artigo 61, parágrafo único, da Lei 8.666/93.

15.3. Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei 8.666/93, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

15.4. A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes gerará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

15.5. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços e de veículos de divulgação, serão divulgadas no sítio da CONTRATANTE na internet.

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – FORO

16.1. As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgados no foro da comarca de Nova Lima/MG.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em 02 (duas) vias de igual teor e forma, na presença das testemunhas que igualmente o subscrevem.

Rio Acima/MG, de 2022.

CONTRATANTE

CONTRATADA

ANEXO VI – EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 012/2022
TERMO DE RETIRADA DE INVÓLUCRO APÓCRIFO

REF: CONCORRÊNCIA nº ____/2022

Declaro ter recebido, neste ato, o invólucro padronizado citado no Edital de Concorrência nº ____/2022, que tem por objeto a contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade para a Prefeitura de Rio Acima.

Rio Acima/ MG, ____ de _____ de 2022.

Nome, assinatura e CPF do Responsável

Empresa _____

CNPJ Nº _____

Endereço _____

Nº do telefone _____

E-mail _____

ANEXO VII – EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 012/2022.

RECIBO DE RETIRADA DE EDITAL

A empresa _____

(nome da Empresa) retirou este Edital e deseja ser informada de qualquer alteração pelo e-mail _____ .

_____, ____ de _____ de ____

(Assinatura, nome legível e CPF)

Obs.: Este Recibo deverá ser enviado à Comissão Permanente de Licitação, pelo e-mail licitacao@prefeiturarioacima.mg.gov.br , com pedido de confirmação de recebimento para eventuais comunicações aos licitantes, se necessário.

A Comissão Permanente de Licitações não se responsabiliza por comunicações não recebidas pelos licitantes que não encaminharam o recibo devidamente preenchido.

ANEXO VIII – EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 012/2022.

(modelo) PROCURAÇÃO/CREDENCIAMENTO

CONCORRÊNCIA Nº _____ 2022

Por este instrumento particular de Procuração, a (Razão Social da empresa), com sede (endereço completo), inscrita no CNPJ sob o nº -----, representada neste ato por seu(s) (qualificação(ões) do(s)

OUTORGANTE(s) Sr(a)....., portador(a) da Cédula de Identidade RG nº----- e CPF nº-- -----, nomeia(m) e constitui(em) seu bastante procurador o(a) Sr(a) (qualificação), portador(a) da Cédula de Identidade RG nº----- e CPF nº - -----, a quem confere(imos) amplos poderes para representar a (Razão Social da Empresa) perante a Prefeitura de Rio Acima/MG, no que se referir ao Processo Licitatório Modalidade CONCORRÊNCIA nº ??/2022, podendo, enfim, praticar todos os atos necessários ao Processo de Licitação em epígrafe, em nome da Outorgante.

A presente Procuração é válida até o final de todo o processo licitatório.

_____, ____ de _____ de 2022.

Assinatura e Identificação da Outorgante

ANEXO IX - EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 012 /2022
MODELO DE DECLARAÇÃO DE CONDIÇÃO DE ME OU EPP

A empresa _____, inscrita no
CNPJ/MF sob o nº _____, declara, sob as penas da lei,
por intermédio de seu representante legal, que cumpre os requisitos legais para
qualificação como _____ (indicar a condição na qual
a empresa se enquadra: Microempresa - ME ou Empresa de Pequeno Porte - EPP),
conforme previsto no artigo 3º da Lei Complementar Federal nº 123/2006, e que não
está sujeita a quaisquer dos impedimentos do § 4º deste mesmo artigo, estando apta
a usufruir do tratamento favorecido estabelecido nos artigos 42 a 49 da citada lei.

, _____ de _____ de 2022.

Nome e assinatura de representante legal da licitante

ANEXO X - EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 012/2022
MODELO DE DECLARAÇÃO DE QUE NÃO EMPREGA MENOR

A empresa _____, inscrita no CNPJ/MF sob o nº _____, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr.(a) _____, portador(a) do documento de identidade nº _____ e inscrito(a) no CPF/MF nº _____, declara, para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei Federal nº 8.666/1993, acrescido pela Lei Federal nº 9.854/1999, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

Ressalva:

Emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz (_____).

(marcar com um "x" o espaço acima, em caso afirmativo)

, _____ de _____ de 2022.

Nome e assinatura de representante legal da licitante