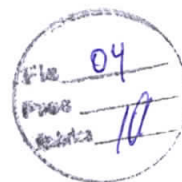




ESTADO DO MARANHÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO – ASCOM



Ofício nº 26/2023-ASCOM

Imperatriz (MA), 02 de fevereiro de 2023.

Excelentíssimo Senhor
MARCELO MARTINS DE SOUSA
MD. Chefe de Gabinete do Prefeito
NESTA

Senhor Secretário,

A Prefeitura Municipal de Imperatriz, ora possui um contrato de prestação de serviços de publicidades, cujo objeto consiste na execução de serviços de publicidade, *compreendendo 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, com a empresa CANAL COMUNICAÇÃO.*


O referido contrato há cerca de 06 anos está orçado em **R\$ 4.500.000,00** (Quatro milhões e quinhentos mil reais), correndo por conta da seguinte dotação orçamentária:

UNIDADE ORÇAMENTARIA 02.01 Governadoria do Município Ação:
02.01.01.24.131.0011.2.033 – Ação de Governo e Divulgação em Divulgação e Assessoria de Comunicação.

Como já ressaltado, a realidade e as necessidades de ações de Publicidade são diferentes, uma vez que, nesse período, novas mídias surgiram e tornaram-se imprescindíveis para o sucesso das campanhas publicitárias. É o caso da internet, que deixou de ser uma mídia alternativa e assumiu grande protagonismo nos planejamentos de comunicação, sobretudo com a consolidação das redes sociais. Além disso, a necessidade de aproximar a Prefeitura Municipal de Imperatriz da população fez com que mais campanhas fossem realizadas.

Outrossim, a referida se encontra em coadunância com o Lei Orçamentária Anual, Lei de Diretrizes Orçamentárias e Plano Plurianual. Por estas razões necessários se faz a realização de uma nova licitação, com o devido ajuste no valor do contrato na ordem de R\$ 4.500.000,00 (Quatro milhões e quinhentos mil reais), para que assim possamos dar continuidade dos referidos serviços, de suma importância para o órgão.

Atenciosamente,


JOSUÉ ALMEIDA MOURA
Assessor Chefe de Comunicação

Autorizo na Forma da Lei
MARCELO MARTINS DE SOUSA

02 / 02 / 2023




ESTADO DO MARANHÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ
CONTROLADORIA GERAL DO MUNICÍPIO



Ofício nº 034/2023- CGM/LICITAÇÃO

Imperatriz - MA, 16 de março de 2023.

Ao Senhor

Marcelo Martins de Sousa

Chefe de Gabinete do Prefeito.

Referência: Processo Administrativo nº 02.01.01.003/2023-GAP, Ref. Pedido de licitação para contratação de empresa para a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, conforme BRIEFING de interesse da Prefeitura Municipal de Imperatriz, orçado inicialmente no valor global de **R\$ 4.500.000,00 (quatro milhões e quinhentos mil reais)**.

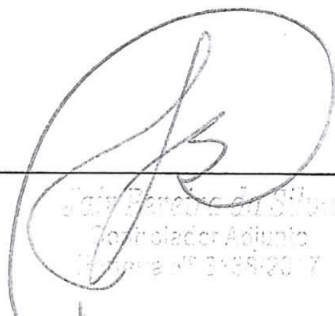
O processo iniciado em 07/02/2023 com 01 volume. Consta até esta análise 131 folhas, paginados como:

- Ofício nº 026/2023-GAP, Solicitando a PGM parecer jurídico quanto a abertura do processo licitatório (fl. 02);
- Termo de abertura do processo administrativo (fl.03);
- Ofício nº 026/2023-ASCOM, Solicitando a autorização do Ordenador de Despesa para a abertura do processo licitatório (fl. 04);
- Briefing/projeto básico (fls. 05/19);
- Minuta do Edital – Pregão Eletrônico (fls. 20/64);
- Anexo I do edital – cópia do Briefing/projeto básico (fl. 65/78);
- Anexo II do edital – Modelo de procuração (fl. 79);
- Anexo III do edital – Modelo de declaração de inexistência de fato superveniente impeditivo da habilitação (fls. 80);
- Anexo IV do edital – Modelo de declaração de pessoa jurídica (fl.81);
- Anexo V do edital – Modelos de planilhas de preços sujeitos a valoração (fl. 82);
- Anexo VI do edital – Minuta do contrato (fls. 83/106);
- Planilha estimativa das despesas com publicações (fl.107/108)
- Anexo VII do edital – tabelas de preços da FENAPRO/MARANHÃO (fls. 109/129);
- Declarações da Contabilidade (fls. 130);
- Despacho da PGM – 045/2023 (fls. 131);

Não consta nos autos folhas com impressão/paginação no verso, estando todas em branco. Outrora encaminhamos para que seja dada ciência e autorização do Senhor Secretário, e caso seja do interesse e conveniência da municipalidade, que seja encaminhado para realização da licitação pública.

N. termos,
Encaminhamos.


Jeison dos Santos Mineiro
Chefe de Contas e Controle Interno
Mat. 32.908-8


Jeison dos Santos Mineiro
Controlador Adjunto
Mat. 32.908-8



ESTADO DO MARANHÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ
GABINETE DO PREFEITO

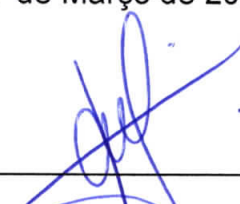


DESPACHO Nº 025/2023

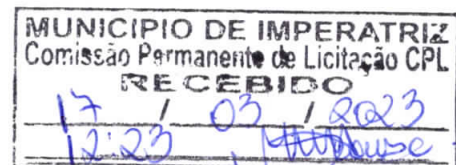
GABINETE DO PREFEITO

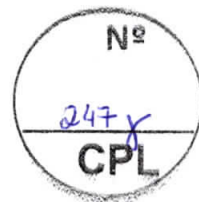
REFERÊNCIAS	
Destino: CPL	Data: 07/02/2023
PROCESSO: 02.01.01.003/2023	Valor: R\$ 4.500.000,00
Assunto: ABERTURA DE COMUNICAÇÃO DE IMPERATRIZ	
Interessado: GABINETE DO PREFEITO	
 DESPACHO: Encaminhamos para que seja dado ciência e caso seja do interesse e conveniência da municipalidade.	

Imperatriz - MA, 17 de Março de 2023.



Marcelo Martins de Sousa
Chefe de Gabinete





CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 004/2023-CPL
EDITAL

TIPO: Melhor Técnica

TIPO DE EXECUÇÃO: Indireta, Regime de Empreitada Por Preço Unitário.

REGÊNCIA: Lei nº. 12.232, de 29 de abril de 2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680, de 18.06.65, e nº 8.666, de 21.06.93 e suas alterações.

ÓRGÃO INTERESSADO: Gabinete do Prefeito, com a interveniência da Assessoria de Comunicação Social - ASCOM.

PROCESSO ADMINISTRATIVO: Nº 02.01.01.003/2023 – ASCOM

DATA DE RECEBIMENTO E ABERTURA DOS ENVELOPES: Dia 12 de maio de 2023 às 09:00 horas. – Caso ocorra ponto facultativo ou outro impedimento legal, a presente licitação será realizada no primeiro dia útil subsequente.

1. A COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DO MUNICÍPIO DE IMPERATRIZ (CPL), instituída pelo Decreto nº. 044, de 31 de julho de 1997 e Portaria Nº 7.826 de 25 de janeiro de 2023, faz público, para conhecimento dos interessados, que realizara e julgara a licitação acima indicada e recebera os envelopes **PROPOSTA TÉCNICA, PROPOSTA DE PREÇOS E HABILITAÇÃO** a Rua Urbano Santos, nº 1657 - Bairro Juçara - Imperatriz - MA, relativos à **CONCORRÊNCIA** em epígrafe, do **TIPO MELHOR TÉCNICA**, para a contratação de empresa especializada nos serviços de publicidade, a serem realizados na forma de execução indireta, sob o regime empreitada por preço unitário, de interesse do Gabinete do Prefeito, com a interveniência da Assessoria de Comunicação Social - ASCOM.

2. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário, nos termos das Leis nº 12.232 de 29/04/2010 e n.º 8.666, de 21.06.93, Decreto n.º 4.680, de 18.06.65, e no que couber os Decretos nº 57.690, de 01.02.66; Decreto nº 4.563, de 31.12.02, e demais legislação aplicáveis e as disposições deste edital, tendo em vista o que consta do **PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 02.01.01.003/2023 – ASCOM**, de 07 de fevereiro de 2023, e atendida as especificações e formalidades seguintes:

3. DO OBJETO E DO VALOR

3.1. Constitui objeto do presente certame a **PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE**, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir idéias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, conforme **BRIEFING (ANEXO I)**, de interesse da PREFEITURA MUNICIPAL de IMPERATRIZ.

3.1.1 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;
- c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

3.1.1.1 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 ANUNCIANTE, 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.

3.1.2 Os serviços previstos no **subitem 3.1.1** 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.

3.1.2.1. 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 veículo de comunicação.

3.2. Para a prestação dos serviços será contratada **01 (uma)** agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

3.2.1 Os serviços objeto da presente Concorrência serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

3.2.2. As agências atuarão por ordem e conta da ANUNCIANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o **subitem 3.1.1**, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

3.2.3 A agência contratada não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no **item 2**.

3.3 O valor estimado para a prestação dos serviços de publicidade e de **R\$ 4.500.000,00 (Quatro milhões e quinhentos mil reais)** podendo ser dilatado ao máximo de **R\$ 22.500.000,00 (Vinte e dois milhões e quinhentos mil reais)** caso a Administração prorogue o contrato até o limite de



60 (sessenta) meses, no termos do inciso II, do art. 57 da Lei n.º 8.666/93 e serão pagas por conta da dotação orçamentária:

- ✓ 02.01 Governadoria do Município
- ✓ Ação: 02.01.01.24.131.0011.2.033 - Ação de Governo em Divulgação e Assessoria de Comunicação.
- ✓ Natureza da Despesa: 3.3.90.39 - Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica Recursos: 00- Tesouro Municipal.

3.3.1. O prazo para a prestação dos serviços será de 12 (doze) meses, contados a partir da assinatura do Contrato, podendo ser prorrogado, a juízo da Prefeitura Municipal de Imperatriz, mediante Termo Aditivo acordado entre as partes, por iguais e sucessivos períodos, até o limite de 60 (sessenta) meses, no termos do inciso II, do art. 57 da Lei n.º 8.666/93.

4. DO LOCAL DE RETIRADA DO EDITAL

4.1. A Comissão Permanente de Licitação juntamente com a Comissão Técnica da ASCOM, prestarão todos os esclarecimentos solicitados pelos interessados nesta licitação sobre este Edital, Projeto Básico/Termo de Referência e seus anexos.

4.2. O Edital e seus anexos poderão ser adquiridos da seguinte forma:

- a) consultados **GRATUITAMENTE** no sítio eletrônico da Prefeitura, através do endereço eletrônico www.imperatriz.ma.gov.br/licitacoes disponível para download, para vista na sede da CPL, na Rua Urbano Santos, nº 1657, Bairro Juçara, Imperatriz/MA, CEP 65.900-505, no horário comercial, de segunda a sexta-feira, de 08:00 às 14:00 horas; ou
- b) obtidos **MEDIANTE PAGAMENTO** no valor de R\$ 50,00 (cinquenta reais), a ser recolhido através de Documento de Arrecadação Municipal - DAM, emitido pela Secretaria de Planejamento, Fazenda e Gestão Orçamentária - SEFAZGO;

5. INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

5.1 Pedidos de esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela Comissão Técnica, desde que os pedidos tenham sido recebidos até 05 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas,

5.1.1. Os pedidos de esclarecimentos sobre o Edital desta Concorrência Pública deverão ser protocolizados, no horário comercial, de segunda a sexta-feira, de 8:00 às 14:00 horas, no Protocolo Geral da Comissão Permanente de Licitação ou mediante via postal com **Aviso de Recebimento (AR)** enviado ao endereço indicado no subitem 4.2, "a".



5.1.2. Os Pedidos de Esclarecimentos encaminhados através do endereço eletrônico: atendimento@imperatriz.ma.gov.br só serão aceitos e recebidos em **FORMATO PDF E IDENTIFICADOS PELO SOLICITANTE.**

5.2. As repostas aos possíveis pedidos de esclarecimentos a este Edital estarão disponíveis no site da prefeitura, qual seja, www.imperatriz.ma.gov.br/licitacoes, bem como no Portal da Transparência.

5.3 Não serão levadas em consideração pela Comissão quaisquer consultas pedidas ou reclamações relativas ao Edital que não tenham sido formuladas por e-mail ou por escrito e devidamente protocoladas.

5.4. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar a identificação da sua Proposta perante a Subcomissão Técnica, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (**Invólucro nº 1**).

6. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

6.1 Qualquer cidadão poderá impugnar o presente Edital, por irregularidades na aplicação da Lei, devendo protocolar o pedido até **05 (cinco) dias úteis** antes da data fixada para o recebimento das Propostas de Técnica e Preços, no endereço e no horário indicados no **subitem 4.2, "a"**, o qual deverá ser julgado e respondido em até **05 (cinco) dias úteis**, contados da data do seu recebimento, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.

6.2. Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a licitante que não o fizer até **02 (dois) dias úteis** antes da data do recebimento das Propostas, mediante solicitação por escrito e protocolizada no endereço e no horário indicados no **subitem 4.2, "a"**.

6.2.1 Considera-se licitante para efeito do subitem precedente a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação e no **subitem 4.2, "a"**.

6.2.2 A impugnação feita tempestivamente pelo licitante, não o impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

7. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

7.1. Poderá participar desta Concorrência a agência de propaganda que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

7.2. Não poderá participar desta Concorrência a agência de propaganda:

a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Prefeitura Municipal de Imperatriz;



- b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c) que tenha sido considerada como inidônea, por órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual ou Municipal;
- d) estrangeira que não funcione no País;
- e) que estiver reunida em consórcio.

7.3 Nenhuma licitante poderá participar desta Concorrência com mais de uma Proposta.

7.4 A participação na presente Concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação – CPL o invólucro padronizado previsto no **subitem 9.1.1.1** deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta Concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

7.5. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta Concorrência, ressalvado que a PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Permanente de Licitação - CPL o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

8.1.1. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que a Comissão Permanente de Licitação – CPL, ateste sua autenticidade.

8.1.2. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o **Anexo II**. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão Permanente de Licitação - CPL cópia autenticada



em cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

8.2. A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

8.3. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

8.4. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Permanente de Licitação - CPL, na data, hora e local indicados neste Edital.

9. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação - CPL acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

9.1.1. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, de que tratam os **subitens 11.2 e 11.3**.

9.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela CPL.

9.1.1.1.1. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada no horário e endereço constantes do **subitem 4.2, “a”**.

9.1.1.1.2. O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.

9.1.1.2. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

9.1.1.3. Para preservar – até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Invólucro nº 1 não poderá:

a) ter nenhuma identificação;

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

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

9.1.2. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, de que trata o **subitem 11.4**.

9.1.2.1. O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:



Invólucro nº 2

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO – CPL

Rua Urbano santos nº 1657, Bairro Juçara - Imperatriz-MA

PROPOSTA TÉCNICA: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 004/2023- CPL

9.1.2.2. O Invólucro nº 2 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.

9.1.3. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a **Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, de que tratam os subitens 11.5 a 11.10.

9.1.3.1. O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO – CPL

Rua Urbano santos nº 1657, Bairro Juçara - Imperatriz-MA

PROPOSTA TÉCNICA: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 004./2023 – CPL

9.1.3.2. O Invólucro nº 3 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.

9.1.3.3. O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

10. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

10.1. A **Proposta de Preços** deverá ser entregue à Comissão Central Permanente de Licitação – CPL condicionada no Invólucro nº 4.

10.1.1. O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO – CPL



Rua Urbano Santos nº 1657, Bairro Juçara - Imperatriz-MA
PROPOSTA DE PREÇOS

Nome empresarial e CNPJ da licitante

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 004/2023 - CPL

10.1.2. O Invólucro nº 4 será 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.

11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

Quesitos:

Plano de Comunicação Publicitária

Capacidade de Atendimento

Repertório

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Subquesitos:

Raciocínio Básico

Estratégia de Comunicação

Publicitária

Idéia Criativa

Estratégia de Mídia e Não Mídia

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

11.2. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

- ✓ em papel A4, branco, orientação retrato;
- ✓ com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- ✓ sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- ✓ com textos justificados;
- ✓ com espaçamento 'simples' entre as linhas;
- ✓ com texto e numeração de páginas em fonte 'ARIAL', estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '12 pontos', observado o disposto nos **subitens 11.2.1, 11.2.3 e 11.2.3.1**;
- ✓ com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- ✓ em caderno único e com **ESPIRAL PRETO** colocado à esquerda;
- ✓ capa e contracapa em papel A4 branco, ambas em branco;



✓ sem nenhum tipo de identificação.

11.2.1. Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráfico e ou tabela, observadas as seguintes regras:

a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;

b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte 'arial', estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '10 pontos';

c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no **subitem 11.2.6**, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

11.2.2. As especificações do **subitem 11.2** aplicam-se à indicação prevista no **subitem 11.3.3.2**.

11.2.3. Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídias poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

11.2.3.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

11.2.4. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto da Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o **subitem 11.2**.

11.2.4.1. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto **nas alíneas 'c' dos subitens 9.1.1.3 e 19.2.1 e no subitem 19.2.1.1**, todos deste Edital.

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

11.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na **alínea 'a' do subitem 11.3.3** estão limitados, no conjunto, a **10 (dez) páginas**, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

11.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto na **alínea 'c' do subitem 9.1.1.3, no subitem 11.2.4.1, na alínea 'c' do subitem 19.2.1 e no subitem 19.2.1.1**, todos deste Edital.



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

11.2.9. Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

11.2.9.1. Essas páginas devem seguir as especificações do **subitem 11.2**, no que couber.

11.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Briefing (**Anexo I**), observadas as seguintes disposições:

11.3.1. Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Imperatriz para enfrentar o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s);

11.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

11.3.3. Idéia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no **subitem 11.3.2**, com comentários sobre cada peça e ou material.

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.



11.3.3.1. Os comentários mencionados na **alínea 'a'** do **subitem 11.3.3** estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

11.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante prever número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente', conforme estabelecido na **alínea 'b'** do **subitem 11.3.3** e na **alínea 'a'** do **subitem 11.3.3.3**, a relação prevista na **alínea 'a'** do **subitem 11.3.3** deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3. Os exemplos de peças e ou material de que trata a **alínea 'b'** do **subitem 11.3.3**:

a) estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;

b) podem ser apresentados sob a forma de:

b1) roteiro, leiaute e ou *story-board* impressos, para qualquer meio;

b2) protótipo ou 'monstro', para rádio e internet;

b3) *story-board* animado ou *animatic*, para TV e cinema.

c) só serão aceitos exemplos finalizados em caso de peças ou material não mídia.

11.3.3.3.1. Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a **alínea 'a'** do **subitem 11.3.3.3**, devem ser observadas as seguintes regras:

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

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

c) anúncio composto de páginas sequenciais será considerado uma peça;

d) anúncio para *tablets* e dispositivos similares com mais de uma página será considerado uma peça;

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

f) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;

g) um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

h) um *banner* e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

i) 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.



11.3.3.3.2. Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, 'monstro' internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na **alínea 'a' do subitem 11.3.3.**

11.3.3.3.3. Os *story-boards* animados ou *animatics* e os protótipos ou 'monstros' poderão ser apresentados em CD, CD-Rom, DVD-Rom, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da idéia a ser produzida.

11.3.3.3.4. Os 'monstros' de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

11.3.3.3.5 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou *passee-partout*, observado o disposto no **subitem 11.2.4.1.**

11.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

a) apresentação em que 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 da verba referencial indicada no Briefing sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) simulação de plano de distribuição, cujo valor estimado será de **R\$ 300.000,00** (Trezentos mil reais) em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinado a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, cuja simulação deverá abranger um período de 30 (trinta) dias.

11.3.4.1. Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na **alínea 'a'** do **subitem 11.3.3** deverão constar dessa simulação.

11.3.4.2. Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de distribuição das peças e ou material;

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 e ou material de não mídia;

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



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

11.3.4.3. Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela 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 art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

11.4.. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5. 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 papel A4, em fonte 'ARIAL', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no **subitem 11.5** poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.5.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no **subitem 11.5** não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

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

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da



execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

d) a sistemática de atendimento e discriminará 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;

e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

11.7. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o REPERTÓRIO em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no **subitem 11.7** poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.7.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

11.8. O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

11.8.1. A licitante deverá apresentar **10 (dez)** peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD.

11.8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no **subitem 11.7**, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

11.8.1.4. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no **subitem 11.8.1**, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças



apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na **alínea 'c'** do **subitem 12.3.1**.

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

11.8.3. As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pela Prefeitura Municipal de Imperatriz.

11.9. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'ARIAL', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.9.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no **subitem 11.9** poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no **subitem 11.10**, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

11.9.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.10. A licitante deverá apresentar **02 (dois)** Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de **02 (duas)** páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

11.10.1. Se a licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade de pontuação máxima prevista na **alínea 'd'** do **subitem 12.3.1**.

11.10.2. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pela Prefeitura Municipal de Imperatriz.

11.10.2.1. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas ao final do relato devem estar assinadas pelo cliente.

11.10.3. É permitida a inclusão de até **03 (três)** peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:



- I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD;
- II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no **subitem 11.9**, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;
- III - para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1. A Subcomissão Técnica prevista no **subitem 18.2** deste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

12.2.1. Plano de Comunicação Publicitária

12.2.1.1. Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

- a) das funções e do papel da Prefeitura Municipal de Imperatriz, nos contextos sociais, político e econômico;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Imperatriz com seus públicos;
- c) das características da Prefeitura Municipal de Imperatriz e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo Prefeitura Municipal de Imperatriz.
- f) das necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Imperatriz para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).

12.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura Municipal de Imperatriz e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;



- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura Municipal de Imperatriz com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura Municipal de Imperatriz.
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a Prefeitura Municipal de Imperatriz, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

12.2.1.3 Ideia Criativa

- a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura Municipal de Imperatriz.
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Imperatriz e à sua inserção nos **contextos social, político e econômico**;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- i) a exequibilidade das peças e ou do material;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

12.2.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;



- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal de Imperatriz;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

12.2.2. Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Imperatriz;
- d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal de Imperatriz e a licitante, esquematizado na proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Imperatriz, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

12.2.3. Repertório

- a) idéia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver);
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas;

12.2.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento publicitário;
- b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) a relevância dos resultados apresentados;
- d) a concatenação lógica da exposição.



12.3. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de **100 (cem)** pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

12.3.1. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

Quesitos/Subquesitos	Pontos
Plano de Comunicação Publicitária	65
Raciocínio Básico	10
Estratégia de Comunicação Publicitária	25
Idéia Criativa	20
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
Capacidade de Atendimento	15
Repertório	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
Pontuação máxima total	100

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

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

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

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

12.3.4. Serão consideradas mais bem-classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as **03 (três)** maiores notas.

12.4. Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) não alcançar, no total, a nota mínima de **70 (setenta)** pontos;



c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os **subitens 12.2.1.1 a 12.2.1.4 e 12.2.2. a 12.2.4.**

12.5. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem-classificadas nesta fase, serão assim consideradas que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos **subitens 12.2.1, 12.2.2, 12.2.3 e 12.2.4.**

12.6. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio a ser realizado na própria sessão prevista no **subitem 19.3** ou em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação - CPL, cuja data será divulgada na forma do **item 21** deste Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

13. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

13.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

- a) apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b) elaborada em dois documentos distintos, descritos nos **subitens 13.2 e 13.3;**
- c) datada e assinada nos documentos referidos nos **subitens 13.2 e 13.3**, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

13.2. A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do **Anexo IV.**

13.3. A licitante deverá elaborar Declaração na qual:

- a) estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos Prefeitura Municipal de Imperatriz:
 - a.1) aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;
 - a.2) aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado;
- b) comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Prefeitura Municipal de Imperatriz as vantagens obtidas;
- c) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima da minuta de contrato (**Anexo V**).



13.4. 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.

14. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

14.1. 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.

14.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

14.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o **Anexo IV**, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, não será aceito:

a) desconto inferior a **30% (trinta por cento)** em relação aos preços previstos na tabela da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, constante do **Anexo VI**;

b) percentual de honorários superior a **10 % (dez por cento)**, incidente sobre os preços 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;

c) percentual de honorários superior a **15%** (quinze por cento), incidente sobre os preços de serviços externos especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material, realizados por terceiros/fornecedores, sob supervisão da licitante.

14.3.1. Serão desclassificadas as propostas com preços manifestamente inexeqüíveis, assim considerados, por exemplo, aqueles que ofertarem desconto superior a **60% (sessenta por cento)**, em relação aos preços previstos na tabela da Federação Nacional de Agências de Propaganda – FENAPRO/Maranhão, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela ora licitante.

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

14.4. A nota da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir.

14.4.1. A Comissão Permanente de Licitação - CPL calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:



Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea 'a' do subitem 14.3	$P1 = 0,3 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'b' do subitem 14.3	$P2 = 2,0 \times (10,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'c' do subitem 14.3	$P3 = 3,0 \times (15,0 - \text{Honorários})$
Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos 'desconto' e 'honorários' serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo '%'.	

14.4.2.. A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no **subitem 14.4**, como segue: $P = P1 + P2 + P3$.

14.4.3. A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

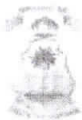
14.4.3.1. Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:

- a) o maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante;
- b) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços 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;
- c) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços 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;
- d) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços externos especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material, realizados por terceiros/fornecedores, sob supervisão da licitante.

15. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

15.1. O julgamento final das Propostas Técnica e de Preços desta Concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo melhor técnica.

15.2. Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas as licitantes mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica – observado o disposto nos **subitens 12.5 e 12.6** deste Edital – e que tiverem apresentado a Proposta de menor preço ou que concordarem em praticar o menor preço entre as Propostas de Preços apresentadas pelas licitantes classificadas.



16. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

16.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação - 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.

16.1.1 A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o **subitem 17.1.1**.

16.1.2 Os Documentos deverão estar acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO – CPL

Rua Urbano santos nº 1657, Bairro Juçara - Imperatriz-MA

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

Nome empresarial e CNPJ da licitante

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 004/2023 - CPL

16.1.3. O Invólucro nº 5 será 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.

16.1.4. Os Documentos de Habilitação poderão ser acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados, alternativamente, em original, por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente, por servidor da administração ou publicação em órgão da imprensa oficial. (Redação dada pela Lei nº 8.883, de 1994 Art. 32), para permitir que a Comissão Permanente de Licitação – CPL, ateste sua autenticidade. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Permanente de Licitação – CPL.

16.1.5. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

16.1.5.1. **VERIFICAÇÃO PRÉVIA PELA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO**: Como condição prévia ao exame da documentação de habilitação do licitante poderá ser verificado o eventual descumprimento das condições de participação, especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação, mediante a consulta aos seguintes cadastros:

16.1.5.2. SICAF;



- a) Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS, mantido pela Controladoria-Geral da União (www.portaldatransparencia.gov.br/ceis);
- b) Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Atos de Improbidade Administrativa, mantido pelo Conselho Nacional de Justiça (www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php).
- c) Lista de Inidôneos e o Cadastro Integrado de Condenações por Ilícitos Administrativos - CADICON, mantidas pelo Tribunal de Contas da União – TCU;

16.1.5.3. A consulta aos cadastros será realizada em nome da empresa licitante e também de seu sócio majoritário, por força do artigo 12 da Lei nº 8.429, de 1992, que prevê, dentre as sanções impostas ao responsável pela prática de ato de improbidade administrativa, a proibição de contratar com o Poder Público, inclusive por intermédio de pessoa jurídica da qual seja sócio majoritário.

16.1.5.4. Caso conste na Consulta de Situação do Fornecedor a existência de Ocorrências Impeditivas Indiretas, o gestor diligenciará para verificar se houve fraude por parte das empresas apontadas no Relatório de Ocorrências Impeditivas Indiretas.

16.1.5.5. A tentativa de burla será verificada por meio dos vínculos societários, linhas de fornecimento similares, dentre outros.

16.1.5.6. O licitante será convocado para manifestação previamente à sua desclassificação.

16.1.5.7. Constatada a existência de sanção, o licitante será declarado inabilitado, por falta de condição de participação.

16.1.5.8. As Microempresas e Empresas de Pequeno Porte deverão encaminhar a documentação de habilitação, ainda que haja alguma restrição de regularidade fiscal e trabalhista, nos termos do art. 43, §1º da LC nº 123, de 2006.

16.2. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – “ENVELOPE Nº 05”

16.2.1. HABILITAÇÃO JURÍDICA: A documentação referente à habilitação jurídica compreende os documentos abaixo relacionados:

16.2.1.1. Registro comercial, no caso de empresa individual ou empresa individual de responsabilidade limitada – EIRELI;

16.2.1.2. Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor acompanhando de todas as suas alterações, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais/empresariais e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;



a) Os documentos mencionados no **item 16.2.1.2** deverão estar acompanhados de suas alterações **ou da respectiva consolidação** e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência;

16.2.1.3. Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício;

16.2.1.4. 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.

16.2.2. REGULARIDADE FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA: A documentação referente à habilitação fiscal, social e trabalhista compreende os documentos abaixo relacionados:

16.2.2.1. Cópia de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas (CPF), nos termos do Art. 29 incisos I, da Lei nº 8.666/93) do empresário (no caso de micro empreendedor individual, ou empresário, ou empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI), ou do presidente (no caso de sociedade anônima), comprovando a inscrição para com a Fazenda Federal.

16.2.2.2. Cópia de Inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ, através do Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral, emitido pela Secretaria da Receita Federal do Ministério da Fazenda, comprovando possuir situação cadastral ativa para com a Fazenda Federal.

16.2.2.3. Cópia de inscrição no Cadastro de Contribuintes Municipais, relativo à sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto licitado;

16.2.2.4. Prova de Regularidade com a Fazenda Federal, e com a Previdência Social relativa ao domicílio ou sede do Licitante através de:

a) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União unificada em relação aos Débitos Relativos às Contribuições Previdenciárias e às de Terceiros junto a Seguridade Social – CND/INSS, conforme a Portaria PGFN/RFB nº. 358/2014, e Portaria PGFN/RFB nº 1751/2014.

16.2.2.5. Prova de Regularidade com a Fazenda Estadual, relativa ao domicílio ou sede do Licitante, emitida até 120 (cento e vinte) dias antes da data de entrega dos envelopes, quando não vier expresso o prazo de validade, mediante apresentação de:

a) Certidão Negativa de Débitos da Dívida Ativa do Estado;

b) Certidão Negativa de Débitos Relativos a Tributos Estaduais.



16.2.2.5.1. Quando a prova de regularidade de que trata o **item 16.2.2.5**, for comprovada mediante a apresentação de uma única certidão, e dela não constar expressamente essa informação, caberá a licitante demonstrar com documentação hábil essa condição.

16.2.2.6. Prova de Regularidade com a Fazenda Municipal, relativa ao domicílio ou sede do Licitante, emitida até 60 (sessenta) dias antes da data de entrega dos envelopes, quando não vier expresso o prazo de validade, mediante apresentação de:

a) Certidão Negativa de Débitos Municipais;

b) Certidão Negativa da Dívida Ativa Relativa aos Tributos: Imposto Sobre Serviço de Qualquer Natureza - ISSQN e Taxa de Licença e Verificação Fiscal – TLVF.

16.2.2.6.1. Quando a prova de regularidade de que trata o **item 16.2.2.6**, for comprovada mediante a apresentação de uma única certidão, e dela não constar expressamente essa informação, caberá a licitante demonstrar com documentação hábil essa condição.

16.2.2.7. Prova de Regularidade com o Fundo de Garantia Por Tempo de Serviço – FGTS, demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei, comprovada mediante a apresentação de:

a) Certificado de Regularidade de Situação perante o FGTS, emitido pela Caixa Econômica Federal – CEF.

16.2.2.8. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante apresentação da:

a) CNDT - Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas, fornecida pelo Tribunal Superior do Trabalho.

16.2.2.9. Declaração de que não emprega menores de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e nem menores de dezesseis anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos, de conformidade com o disposto no art. 27, inciso V, da Lei nº 8.666/93, nos termos do **Anexo III** deste Edital;

16.2.2.10. Declaração de que atenderá o disposto no art. 1º da Lei Estadual nº 10.789, publicada no Diário Oficial do Estado do Maranhão no dia 26 de janeiro de 2018.

16.2.3. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA: A documentação referente à habilitação fiscal, social e trabalhista compreende os documentos abaixo relacionados:

16.2.3.1. Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social: Balanço Patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços



provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais, quando encerrados há mais de 03 (três) meses da data de apresentação da proposta.

16.2.3.2. O balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados por contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade, comprovado mediante a apresentação do Certificado de Regularidade Profissional (CRP), devendo ainda ser demonstrado através de cálculos à obtenção dos índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC) e Solvência Geral (SG) igual ou maior que 1 (um), resultantes da aplicação das seguintes fórmulas:

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

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

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

16.2.3.3. As licitantes deverão comprovar, até a data de apresentação das propostas, o capital social ou patrimônio líquido mínimo de 10% do valor orçado da contratação;

16.2.3.4. A comprovação será feita relativamente à data da apresentação da proposta, na forma da lei, admitida a atualização para esta data através de índices oficiais.

16.2.3.5. No caso de empresa constituída no exercício social vigente, admite-se a apresentação de balanço de abertura.

16.2.3.6. Serão considerados aceitos como na forma da lei o balanço patrimonial e demonstrações contábeis assim apresentados:

- a. Publicados em Diário Oficial ou;
- b. Publicados em jornal de grande circulação ou;
- c. Registrados na Junta Comercial da sede ou domicílio do licitante ou;
- d. Por cópia do Livro Diário, devidamente autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante, na forma da IN nº 65 do Departamento Nacional do Registro do Comércio - DNRC, de 1º de agosto de 1997, art. 6º, acompanhada obrigatoriamente dos TERMOS DE ABERTURA e de ENCERRAMENTO.



e. As empresas sujeitas à Escrituração Contábil Digital (ECD), deverão apresentar o Balanço Patrimonial transmitido através do Sistema Público de Escrituração Digital (SPED).

16.2.3.7. Na hipótese de alteração do Capital Social, após a realização do Balanço Patrimonial, a licitante deverá apresentar documentação de alteração do Capital Social, devidamente registrada na Junta Comercial ou Entidade em que o Balanço foi arquivado.

16.2.3.8. A pessoa jurídica optante do Sistema de Lucro Presumido, que no decorrer do ano calendário, mantiver Livro Caixa nos termos da Lei nº 8.981, de 20/01/1995, deverá apresentar, juntamente com o Balanço Patrimonial, cópias dos TERMOS DE ABERTURA e ENCERRAMENTO.

16.2.3.9. Certidão negativa de Falência, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, dentro do prazo de validade previsto na própria certidão, ou, na omissão desta, expedida pelo menos a 60 (sessenta) dias, contados da data da sua emissão.

16.2.3.10. Certidão Simplificada da Junta Comercial do Estado do Maranhão – JUCEMA, de acordo com o art. 1º do Decreto nº 21.040/2005, para empresários e sociedades empresariais do Estado do Maranhão, referente a este ano. No caso de que a sede da Licitante seja em outra Unidade da Federação, terá que apresentar Certidão Simplificada da Junta Comercial do Estado, sede da empresa.

16.2.4. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA: A qualificação técnica, requisito necessário para participar na licitação, dar-se-á por:

a) Declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta Concorrência;

b) cópia do certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, art. 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).

c) Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características, quantidades e prazos com o objeto da licitação, e indicação das instalações e do aparelhamento e do pessoal técnico adequados e disponíveis para a realização do objeto da licitação, bem como da qualificação de cada um dos membros da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos;

d) Capacitação técnico-profissional: comprovação do licitante de possuir em seu quadro permanente, na data prevista para entrega da proposta, profissional de nível superior ou outro devidamente reconhecido pela entidade competente, detentor de atestado de responsabilidade técnica por execução de obra ou serviço de características semelhantes, limitadas estas exclusivamente às parcelas de maior relevância e valor significativo do objeto



da licitação, vedadas as exigências de quantidades mínimas ou prazos máximos, conforme inciso II. §1º do art. 30 da lei 8.666/93.

16.2.5. Todos os documentos necessários para habilitação deverão obedecer rigorosamente a sequência a partir do **item 16.2**, enumerados em ordem crescente e rubricados pela empresa licitante.

16.2.6. Os documentos expedidos pela participante deverão, obrigatoriamente, ser emitidos, em papel timbrado da empresa licitante, possuindo razão social, número do CNPJ, endereço completo, telefone e endereço eletrônico e e-mail. Os referidos documentos deverão ainda estar assinados ou rubricados pelo representante legal, contendo o nome completo do mesmo.

16.2.7. Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

16.2.8. Se a documentação de habilitação estiver expirada, incompleta, incorreta ou contrariar qualquer dispositivo deste edital e seus anexos, a Comissão Permanente de Licitação inabilitará a licitante.

16.2.9. A falsidade das declarações prestadas pela empresa licitante caracteriza crime previsto no artigo 299 do Código Penal, sujeitando-se ainda às sanções administrativas previstas no Edital, bem como demais legislações vigentes.

16.2.10. Não será admitida, em qualquer hipótese, a retirada da documentação apresentada pela licitante em sua versão original nos autos do processo.

16.2.11. Será considerado inabilitado o licitante que deixar de apresentar, ou apresentar de forma incompleta, incompreensível, ilegível, com erro, rasura, omissão, qualquer exigência contida neste Edital.

16.2.12. Os documentos pertinentes e exigidos neste Edital, dentro do **Envelope nº 05**, poderão ser entregues, preferencialmente **encadernados e numerados** sequencialmente e na ordem indicada neste Edital, a fim de permitir maior rapidez durante a conferência e exame correspondentes.

17. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1. A Comissão Permanente de Licitação – CPL, analisará os Documentos de Habilitação de todas as licitantes que atenderem ao disposto no **item 16.2** e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos, observado o disposto no **subitem 17.1.1**.



17.1.1 Se nenhuma licitante restar habilitada, a Prefeitura Municipal de Imperatriz 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.

18. COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO – CPL E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

18.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação – CPL, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

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

18.2.1. 1/3 (um terço) dos membros da Subcomissão não poderá(ão) manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal de Imperatriz.

18.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 09 (nove) integrantes, sendo 06 (seis) servidores da Prefeitura Municipal de Imperatriz e 03 (três) profissionais da área que não possuam vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal de Imperatriz.

18.3.1. A relação dos nomes referidos no **subitem 18.3** deste Edital será publicada pela Comissão Permanente de Licitação – CPL no **Diário Oficial Eletrônico do Município de Imperatriz - DOOEM**, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

18.3.2. O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Licitação – CPL de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Prefeitura Municipal de Imperatriz, nos termos dos **subitens 18.2.1 e 18.3**.

18.3.3. A relação prevista no **subitem 18.3** deste Edital conterà, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com a Prefeitura Municipal de Imperatriz.

18.3.4. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o **subitem 18.3**, mediante a apresentação à Comissão Permanente de Licitação – CPL, de justificativa para a exclusão.

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



18.3.6. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste **item 18**.

18.3.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no **subitem 18.3**.

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

18.3.7 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no **subitem 18.3.1** e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

19. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

19.1. Serão realizadas 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação – CPL e pelos representantes das licitantes presentes.

19.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no **subitem 8.1** deste Edital.

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

19.1.3. A Comissão Permanente de Licitação – CPL e a Subcomissão Técnica, conforme o caso poderão, no interesse da Prefeitura Municipal de Imperatriz, relevar omissões puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência.

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

19.1.5. O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.

19.1.6. Antes do aviso oficial do resultado desta Concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.



19.1.7. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Permanente de Licitação – CPL ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

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

19.1.9. Se os invólucros das licitantes desclassificadas ou inabilitadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados do encerramento desta Concorrência – após transcorrer o prazo para interposição de recurso contra o resultado final da licitação ou ter havido a sua desistência ou, ainda, terem sido julgados os recursos interpostos. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, a ANUNCIANTE providenciará sua destruição.

19.2. A **PRIMEIRA SESSÃO** pública será realizada no dia, hora e local previstos no **subitem 2.1** deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no **subitem 8.1** deste Edital;
- b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

19.2.1. O Invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão Permanente de Licitação – CPL se não:

- a) estiver identificado;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;
- c) estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2.

19.2.1.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas **alíneas 'a', 'b' e 'c'** do **subitem 19.2.1**, a Comissão Central Permanente de Licitação – CPL não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

19.2.2. A **PRIMEIRA SESSÃO** prosseguirá com a seguinte pauta básica:

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



- b) retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 1;
- c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do **item 21** deste Edital.

19.2.2.1. A Comissão Permanente de Licitação – CPL, antes do procedimento previsto na **alínea 'b' do subitem 19.2.2**, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

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

19.2.3. A Comissão Permanente de Licitação – CPL não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

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

19.2.5. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Permanente de Licitação – CPL na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no **subitem 19.2.6** e seguintes.

19.2.5.1. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Permanente de Licitação – CPL pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do **item 21**, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no **item 22**.

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

- a) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação – CPL à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;



- c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente de Licitação – CPL, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- d) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação – CPL à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente de Licitação – CPL, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

19.2.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na **alínea 'a'** do **subitem 12.4** deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

19.2.6.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros nº 2.

19.2.7. As planilhas previstas nas **alíneas 'c' e 'f' do subitem 19.2.6** conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

19.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Central Permanente de Licitação – CPL convocará as licitantes, na forma do **item 21** deste Edital, para participar da **SEGUNDA SESSÃO** pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 2;



- c) cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- f) executar o sorteio previsto no **subitem 12.6**, quando for o caso;
- g) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do **item 21**, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no **item 22**.

19.3.1. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Permanente de Licitação – CPL.

19.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação – CPL convocará as licitantes, na forma do **item 21** deste Edital, para participar da **TERCEIRA SESSÃO** pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação – CPL e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f) realizar com as licitantes mais bem-classificadas na fase da Proposta Técnica – caso não tenham apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº 8.666/1993, art. 46, § 1º, inciso II, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;



g) realizar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação da agência;

h) declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços as licitantes mais bem-classificadas na Proposta Técnica que tiverem apresentado a Proposta de menor preço ou que concordarem em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;

i) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do **item 21** deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no **item 22**.

19.4.1. Fica ressalvado que serão objeto da negociação prevista nas **alíneas 'f' e 'g' do subitem 19.4** apenas os preços sujeitos a valoração, integrantes da Planilha que constitui o **Anexo IV**. Portanto, os percentuais de que tratam os **subitens 10.2.1.1 e 10.2.2** da minuta de contrato (**Anexo V**) corresponderão aos percentuais estabelecidos pela própria licitante vencedora em sua Proposta de Preços, nas declarações a que se referem, respectivamente, as **alíneas 'a1' e 'a2' do subitem 13.3** deste Edital.

19.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação – CPL convocará as licitantes, na forma do **item 21** deste Edital, para participar da **QUARTA SESSÃO** pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber e abrir os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Central Permanente de Licitação – CPL e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
- e) informar:
 - e.1) o resultado da habilitação;
 - e.2) que o resultado da habilitação será publicado na forma do **item 21** deste Edital, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei nº 8.666/1993;



e.3) que será publicado na forma do **item 21** deste Edital o nome da **vencedora** desta Concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

20. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

20.1. Não tendo sido interposto recurso em nenhuma das fases desta licitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão adjudicará o objeto desta licitação para a licitante vencedora. O Prefeito Municipal homologará o resultado desta Concorrência Pública e, assim, aprovará a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora.

21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

21.1. A juízo da Comissão Permanente de Licitação – CPL, todas as decisões referentes a esta Concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Município é obrigatória:

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

22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22.1. Eventuais recursos referentes à presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida ao Presidente da Comissão Permanente de Licitação – CPL, protocolado no endereço e no horário mencionados no **subitem 4.2."a"**.

22.2. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis.

22.3. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Permanente de Licitação – CPL poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) ao Chefe de Gabinete do Prefeito, que decidirá em 5 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

22.4. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

22.5. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta Concorrência, em local e horário a serem indicados pela Comissão Permanente de Licitação – CPL.



22.6. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Permanente de Licitação – CPL, motivadamente e se houver interesse para o Chefe de Gabinete do Prefeito, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

23. CONDIÇÕES CONTRATUAIS

23.1. A licitante vencedora terá o prazo de 10 (dez) dias, contado a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o **Anexo V**.

23.1.1. Se a licitante vencedora não comparecer, nos prazos estipulados no **subitem 23.1**, para assinar o contrato, a Prefeitura Municipal de Imperatriz poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta Concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.

23.2. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogados nos termos da Cláusula Terceira da minuta de contrato (**Anexo V**).

23.3. A Prefeitura Municipal de Imperatriz poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Cláusula Décima Quarta da minuta de contrato (**Anexo V**).

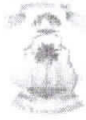
23.4. No interesse da Prefeitura Municipal de Imperatriz, a contratada fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado dos contratos, conforme disposto no art. 65, §§ 1º e 2º, da Lei nº 8.666/1993.

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

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

23.7. A contratada, independentemente de solicitação, deverá prestar esclarecimentos à Prefeitura Municipal de Imperatriz, sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam.

23.8. A contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta Concorrência, que envolva o nome da Prefeitura Municipal de Imperatriz, se houver expressa autorização desta.



23.9. É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente Concorrência para qualquer operação financeira.

23.10. A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta Concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

23.11. A contratada centralizará o comando da publicidade da Prefeitura Municipal em sua matriz, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial, observado o disposto nos **subitens 5.1.2 e 5.1.2.1** da Cláusula Quinta da minuta de contrato (**Anexo V**).

23.12 Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência e, quando for o caso, a Proposta de Preços com ela negociada.

24. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

24.1. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da minuta de contrato (**Anexo V**), consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços ou, quando for o caso, de acordo com os preços negociados na forma prevista no **subitem 19.4, alíneas 'f' e 'g'**, deste Edital.

24.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da minuta de contrato (**Anexo V**).

25. FISCALIZAÇÃO

25.1. A Prefeitura Municipal de Imperatriz, nomeará um **FISCAL** titular e um substituto para executar a fiscalização dos contratos resultantes 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, nos termos da Cláusula Sétima da minuta de contrato (**Anexo V**), com a anuência da Prefeitura Municipal de Imperatriz.

26. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

26.1. Será aplicada à licitante vencedora multa compensatória de 0,01 % (um centésimo por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no **subitem 23.1**, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/1993, diante das seguintes ocorrências:

- a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;



b) não manutenção das condições de habilitação, a ponto de inviabilizar a contratação.

26.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem 24.1.1.

26.2. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pela Prefeitura Municipal de Imperatriz, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e no contrato a ser firmado entre as partes, nos termos da Cláusula Décima Terceira da minuta de contrato (**Anexo V**).

27. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

27.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:

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

27.1.2. Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE em Imperatriz, onde, para esse fim, manterá sede, filial, sucursal ou escritório. Se necessário, a CONTRATADA poderá eventualmente utilizar-se de seus estabelecimentos em outros Estados para executar parte dos serviços objeto do futuro contrato, desde que garantidas às condições previamente acordadas.

27.1.2.1. A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, em imperatriz/MA, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE.

27.1.3. Executar- com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos - todos os serviços relacionados com o objeto do futuro contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

27.1.4. 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 do futuro contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela CONTRATANTE.

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

27.1.5.1. Pertencem a 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 veículo de divulgação.



27.1.5.1.1. O disposto não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

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

27.1.5.3. 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.

27.1.5.3.1 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 no contrato.

27.1.6. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos, 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.

27.1.7. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados à CONTRATANTE:

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

II - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados no Cadastro de Fornecedores do Município de Imperatriz, aptos a fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto;

III - apresentar, no mínimo, 3(três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV - exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitário 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 serviço a ser fornecido.



VII - a CONTRATADA após recebimento da CONTRATANTE fica obrigada, no prazo de 72 (Setenta e duas horas), a apresentar comprovante de pagamento referente aos serviços de Fornecedores executados em prol do objeto.

27.1.7.1. Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do futuro contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE.

27.1.7.1.1. A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis nas Secretarias Municipais e na CPL.

27.1.7.2 Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da CONTRATANTE.

27.1.7.3 Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá;

a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do futuro contrato;

b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

28.1.7.4. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados 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.

27.1.8. Submeterá contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

27.1.8.1. 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.

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



27.1.9.1. 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.

27.1.10. 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 a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

27.1.11. Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa, 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, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

27.1.11.1. O estudo 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.

27.1.11.1.1. O resultado da negociação global entre as partes vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 6 (seis) meses da data de assinatura do contrato.

27.1.11.1.2. Ao final do período de 6 (seis) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 6 (seis) meses seguintes e assim sucessivamente.

27.1.11.1.3. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo, a CONTRATANTE solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

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

a) TV e Cinema: cópias em *X d can, pen drive, e/ou DVD e/ou arquivos digitais;*

b) Internet: cópias em CD;

c) Rádio: cópias em CD, com arquivos digitais;

d) Mídia impressa e material publicitário: cópias em CD, com arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados.

27.1.12.1. Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, mantida a exigência de apresentação de cópia em *X d can ou pen drive* com a peça de TV.



27.1.13. Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos.

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

27.1.14.1 O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE e sua reprodução.

27.1.15. 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.

27.1.16. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

27.1.16.1 Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE até o prazo máximo de 2 (dois) dias úteis após a realização do contato.

27.1.16.2. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 1 (um) dia útil, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

27.1.17 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.

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

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

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

27.1.21. Manter, durante a execução do 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 art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

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



assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

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

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

27.1.25. 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.

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

27.1.27. 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.

27.1.28. 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.

27.1.29. 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 do contrato.

27.1.30. 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.

27.1.31. 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.

27.1.31.1. 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.

27.1.32. 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 do contrato.

28 - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

28.1. Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:

- a) Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- b) Comunicar, por escrito, a 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 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 CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela CONTRATADA;
- e) Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- f) Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato;
- g) Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

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

29. DA VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO

29.1. O futuro contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir de sua assinatura, podendo ser prorrogado por igual período e sucessivos até o limite de 60 (sessenta meses), nos termos da Art.57, inc. II da Lei 8.666/93.

30 - DISPOSIÇÕES GERAIS



30.1. A CONTRATADA guiar-se-á pela Lei Anticorrupção, Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

30.2. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial do Município de Imperatriz, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.

30.3. Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/1993, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

30.4. São assegurados à CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei nº 8.078, de 11.9.90 (Código de Defesa do Consumidor).

30.5. 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 afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

30.6. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas no sítio da CONTRATANTE na internet.

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

31. DISPOSIÇÕES FINAIS

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

31.1.1. A Comissão Permanente de Licitação – CPL deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.

31.2. A Comissão Permanente de Licitação – CPL, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que as agências classificadas no julgamento das Propostas Técnicas disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta Concorrência.

31.3. Até a assinatura do contrato, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas se a Prefeitura Municipal de Imperatriz tiver conhecimento de fato desabonador às suas classificações ou às suas habilitações, conhecido após o julgamento de cada fase.



31.3.1. Se ocorrer a desclassificação da licitante vencedora por fatos referidos no subitem precedente, a Prefeitura Municipal de Imperatriz poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta Concorrência.

31.4. Se, durante a execução do contrato, o instrumento firmado com uma ou mais contratadas não restar prorrogado, por conveniência da Administração, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, a Prefeitura Municipal de Imperatriz poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação verificada nesta Concorrência, para dar continuidade à execução do objeto, desde que concordem com isso e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiver sujeita as signatária do contrato.

31.5. Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à Prefeitura Municipal de Imperatriz.

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

31.7. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a Prefeitura Municipal de Imperatriz comunicará os fatos ao Ministério Público para as providências devidas.

31.8. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº 8.666/1993.

31.9. Antes do aviso oficial do resultado desta Concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

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

31.10.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei nº 8.666/1993.

31.11. A Prefeitura Municipal de Imperatriz poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir os respectivos contratos, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados às contratadas o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.



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

31.13. Correrão por conta da Prefeitura Municipal de Imperatriz, as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Município na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.

31.14. As questões suscitadas por este Edital que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da Justiça Estadual, Comarca de Imperatriz – MA, com a exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

32. Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) Anexo I - Briefing/Projeto Básico;
- b) Anexo II - Modelo de Carta Credencial;
- c) Anexo III - Declaração a que alude o art. 27º, V da Lei nº 8.666/93;
- d) Anexo IV - Planilha de Preços Sujeitos a Valoração Minuta de Contrato;
- e) Anexo V - Minuta de Contrato;
- f) Anexo VI - Tabela Preços – FENAPRO/MARANHÃO

Imperatriz - MA, 23 de março de 2023.

MARCELO MARTINS DE SOUSA:32831790344
Assinado de forma digital por MARCELO MARTINS DE SOUSA:32831790344
Dados: 2023.03.23 16:16:44 -03'00'

MARCELO MARTINS SOUSA
CHEFE DE GABINETE DO PREFEITO



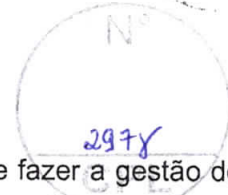
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 04/2023-CPL

ANEXO I

BRIEFING/ PROJETO BÁSICO DE COMUNICAÇÃO - 2023



ESTADO DO MARANHÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL- ASCOM



BRIEFING

A Prefeitura Municipal de Imperatriz tem como missão, regulamentar e fazer a gestão dos bens e recursos públicos municipais, no interesse dos seus cidadãos, nos termos e formas previstas na lei, tendo como objetivo principal das suas atividades a melhoria das condições de vida, de trabalho e de lazer de todos os seus habitantes.

Nessa missão, a comunicação cumpre papel essencial. Em primeiro lugar, porque a administração pública tem o dever de informar aos cidadãos as ações financiadas com os recursos amealhados no recolhimento de impostos. A garantia do direito dos cidadãos de acesso à informação por parte da Prefeitura não deve ser feita só de forma passiva, concedendo os dados quando solicitados. A administração pública em qualquer esfera também deve assumir uma postura ativa de fornecimento de informações sobre os seus programas aos cidadãos utilizando todas as ferramentas comunicacionais disponíveis na atualidade. A construção de uma sociedade com cidadãos bem informados, com conhecimento sobre os assuntos da sociedade em que vivem e capacitados para tomar decisões é um ideal da democracia que pode ser mais facilmente alcançado com as ferramentas de comunicação disponíveis no mercado atualmente.

Além de insumo para a democracia, a comunicação também é ferramenta essencial para a execução de políticas públicas para a população. As políticas de comunicação de uma unidade administrativa devem visar a promoção de programas e ações, não como instrumento de promoção da gestão, mas porque somente a publicização dessas ações permitirá ao público, usuário final desses programas, o seu usufruto. Pegando como exemplo uma política nacional, o Auxílio Brasil não pode ser concedido sem que todos os cidadãos com direito a recebê-lo tenham conhecimento da existência do programa e também de seu direito.

Partindo dessas premissas, a Prefeitura Municipal de Imperatriz apresenta o presente *briefing* buscando definir os parâmetros básicos para o processo licitatório de contratação de serviços de publicidade e de suporte às campanhas governamentais de orientação à opinião pública.

Destarte, o que se pretende das agências de propaganda é a formulação de um novo slogan de gestão para a Prefeitura Municipal de Imperatriz. As licitantes devem apresentar uma campanha que siga as orientações deste edital apresentando aos moradores esse novo lema, em uma campanha que rerepresente aos moradores os principais programas e ações da Prefeitura em prol do cidadão.

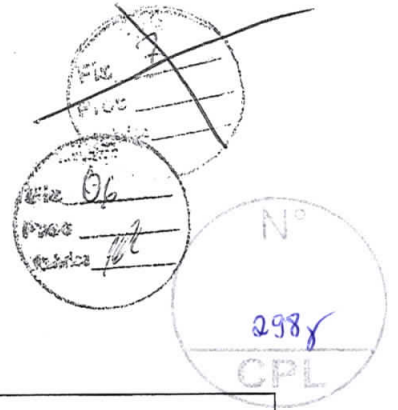
A agência deve desenvolver peças publicitárias que traduzam a sua missão, devendo exemplificar através de todo tipo de mídia, impressa, eletrônica, TV, rádio, mobiliário urbano, apresentando um novo slogan.





ESTADO DO MARANHÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - ASCOM

PROJETO BASICO



1. INTRODUÇÃO

O cidade de Imperatriz é um dos 50 maiores municípios do Brasil, com cerca de 270 mil habitantes e de reconhecida influência na pré-Amazônia, sendo polo da confluência dos estados do Pará, Tocantins e Maranhão, fornecedora de serviços para cerca de 120 municípios. Trabalha-se pela consolidação desse *status*, visando seu fortalecimento, notadamente nos setores geradores de emprego e renda.

A Prefeitura vem tentando dar um novo marco político-administrativo, focado na eficiência dos serviços, aprimoramento do sistema arrecadador, atração de investimentos e valorização do servidor. Tudo isso visando melhorar o ambiente e criar ânimo para que se vença a crise que achata as finanças e aumenta a possibilidade da melhoria da qualidade de vida

É missão da COMUNICAÇÃO deste momento criar uma nova consciência participativa, fazer transparência para aumentar a confiança do cidadão. Traduzir com precisão os propósitos de um governo municipal que se debate com necessidades muito acima das possibilidades de realização, afinal estamos numa cidade de recursos para cerca de 270 mil habitantes, mas "consumida" por mais de 700 mil brasileiros, na Saúde, principalmente.

2. APRESENTAÇÃO

A comunicação de Governo atende ao princípio constitucional da publicidade e visa, principalmente, a divulgar ações, programas, obras, serviços, direitos e serviços colocados à disposição dos cidadãos.

A Assessoria de Comunicação - ASCOM tem por finalidade assessorar direta e indiretamente a Prefeitura Municipal de Imperatriz no planejamento, organização, implementação e coordenação geral da política de comunicação social do Poder Executivo. Dentro de suas funções, além de estabelecer como atribuições, o assessoramento direto ao poder executivo municipal está responsável pela execução, controle e planejamento da política da Comunicação Social de sua gestão. Também faz a coordenação e integração das ações da Prefeitura, nos atos das gestões, na avaliação e monitoramento da ação governamental e das gestões, dos órgãos e entidades da administração municipal, visando, assim, à uniformização da Comunicação Social.





De acordo com as obras dos renomados teóricos em comunicação Pierre Temor e Francisco Gaudêncio Torquato: "O domínio da Comunicação Pública se define pela legitimidade do interesse geral. Ela ultrapassa o domínio público, tomado no estrito senso jurídico. As atribuições dos poderes públicos e as missões dos serviços públicos implicam as disposições constitucionais, legais e regulamentares próprias a um Estado de direito. A Comunicação Pública acompanha, portanto, a aplicação das normas e regras, o desenvolvimento de procedimentos, enfim, a tomada de decisão pública. As mensagens são, em princípio, emitidas, recebidas, tratadas pelas instituições públicas "em nome do povo", da mesma forma como são votadas as leis ou pronunciados os julgamentos."

"Logo, esta comunicação se situa necessariamente no espaço público, sob o olhar do cidadão. Suas informações, salvo raras exceções, são de domínio público, pois assegurar o interesse geral implica a transparência. A Comunicação Pública ocupa, portanto, na comunicação natural da sociedade, um lugar privilegiado ligado aos papéis de regulação, de proteção ou de antecipação do serviço público".

"A Comunicação Pública é a comunicação formal que diz respeito à troca e à partilha de informações de utilidade pública, assim como à manutenção do liame social cuja responsabilidade é incumbência das instituições públicas. O desenvolvimento da comunicação, notadamente a do serviço público, é uma resposta à complexidade crescente das nossas sociedades; ela facilita a busca do interesse geral que resulta de uma arbitragem difícil entre interesses singulares e categorias. A Comunicação Pública responde a uma busca de significação, bem como a uma necessidade de relacionamento com os cidadãos.

"É preciso distinguir, em meio à abundância atual da comunicação, uma Comunicação Pública que não pode esperar muito das práticas usadas no marketing dos produtos de consumo ou da comunicação de empresas concorrentes no mercado, na medida em que o cidadão de uma democracia é ao mesmo tempo usuário e decisor legítimo dos serviços públicos".

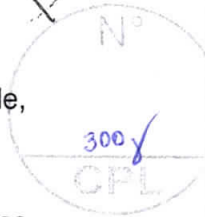
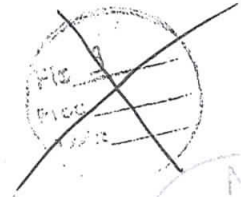
Partindo destes princípios de operacionalização da comunicação pública e das necessidades da gestão Municipal e seus órgãos governamentais, percebe-se a necessidade de uma comunicação direcionada.

2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO E JUSTIFICATIVA

O papel da ASCOM visa à "divulgação das ações governamentais", objetivando dar maior consistência e transparência às ações da gestão, proporcionando desta forma incentivo aos



ESTADO DO MARANHÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL- ASCOM



municípios para participarem do processo de desenvolvimento socioeconômico da cidade, através da comunicação.

Notoriamente a cidade respira ares da administração pública norteadas pelos seus programas e ações que visam ao bem-estar da população de Imperatriz. Para tanto, cumprir com tamanhas demandas de divulgação das ações, programas lançados, informações de utilidade pública necessárias para o bom e transparente acesso aos atos governamentais em benefício da população torna necessário um replanejamento comunicacional no tocante a todas as vertentes da comunicação publicitária, com foco específico na Publicidade de Utilidade Pública, visto que esta que tem como objetivo informar, orientar, avisar, prevenir ou alertar a população ou segmento da população para adotar comportamentos que lhe tragam benefícios sociais reais, visando a melhorar a sua qualidade de vida.

Entende-se por necessário uma visão mais apurada, com ações mais pontuais acerca desta vertente comunicacional, tendo em vista que, apesar do vulto dos programas implementados nas mais diversas áreas, de sua importância estratégica para o desenvolvimento da cidade de Imperatriz e dos esforços de comunicação já realizados neste breve espaço de tempo, pesquisas apontam relativo desconhecimento dos programas por parte da população, que não percebe, de forma imediata, os efeitos que as diversas modalidades de empreendimentos, desenvolvidos de forma integrada, geram para o município, contribuindo para a diminuição das desigualdades ainda remanescentes e principalmente do crescimento igualitário da nossa população, objetivo principal da Comunicação Pública.

Uma questão a ser enfrentada pela comunicação de utilidade pública é a amplitude e complexidade técnica de muitas das ações de governo, que oferecem benefícios diretos e indiretos equidistantes da realidade cotidiana dos cidadãos, e que contribuem para o crescimento econômico e, conseqüentemente, do município como um todo.

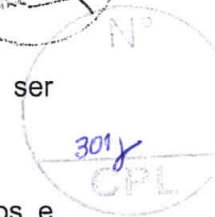
Outra questão a superar é a predominância de percepção negativa em relação aos programas governamentais em geral. Os históricos problemas enfrentados pelo município na educação, saúde e segurança pesam fortemente na avaliação da população. Notadamente, dicotomias de percepção e entendimento das ações ocorrem pela falta de uma comunicação direcionada para este fim.

2.2 ATIVIDADES PREVISTAS

As licitantes deverão apresentar soluções de comunicação para problemas distintos, além da manutenção da comunicação em relação ao esforço governamental, com o objetivo de adequar as necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Imperatriz às



ESTADO DO MARANHÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL- ASCOM



demandas existentes e futuras na solução dos desafios descritos. Deverão ser apresentadas, além das tradicionais, inovadoras estratégias de comunicação.

Deve ser apresentado um plano de comunicação que atenda aos públicos internos e externos. Além de apresentar um sistema de controle de veiculação das mensagens publicitárias para aferição de resultados em todo o estado e fora dele.

Os planejamentos irão compor a avaliação técnica da presente licitação, onde as concorrentes deverão apresentar:

- Diagnóstico da situação;
- Estratégia de Comunicação (novas ações e manutenção)
 - a) Planejamento, Criação, Produção interna e intermediação de veiculação de campanhas publicitárias de comunicação social para divulgação das ações e políticas públicas da Prefeitura Municipal de Imperatriz.
 - b) As campanhas que a ASCOM vai produzir e veicular no período desta gestão devem estar em plena sintonia com os instrumentos legais, diretrizes estratégicas e políticas públicas da Prefeitura de Imperatriz;
 - c) Valor estimado para contratação, conforme dotação Orçamentária: R\$ 4.500.000,00 (Quatro milhões de quinhentos mil reais)

2.3 MISSÃO DA COMUNICAÇÃO MUNICIPAL

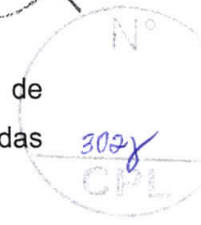
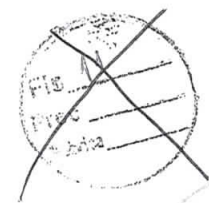
- a) Formulação de Comunicação Governamental em uma linguagem de fácil entendimento, ajustada a cada uma das mídias, para todas as classes sociais, que contemple as principais mudanças ocorridas, mas com uma mensagem única.
- b) A Prefeitura Municipal continuará enérgica na escolha e implantação do conjunto de ações fundamentais que vão criar condições favoráveis para as mudanças estruturais necessárias ao desenvolvimento sustentável que a sociedade almeja e terá.
- c) Comunicação Integrada:

A comunicação deve assumir uma postura preventiva e educativa, tornando-se base de motivação, da consideração e valorização do servidor ao engajamento do cidadão como célula ativa da comunidade. Também abordar a execução do Plano Estratégico de Governo, mostrando seus avanços ou dificuldades para que a população possa acompanhar os trabalhos do executivo municipal na administração da coisa pública.





ESTADO DO MARANHÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL- ASCOM



Promover a supervisão ética, seletiva e continuada, para dotar o governo dos meios de informação de que necessita para bem desenvolver suas funções no atendimento das necessidades da população.

Nortear e orientar toda a comunicação gerada, permitindo que se estabeleça uma coerência maior entre os diversos programas comunicacionais, uma linguagem comum de todos os setores e um comportamento organizacional homogêneo, além de se evitar sobreposição de tarefas.

2.4 OBJETIVO DA COMUNICAÇÃO

Ressaltar o papel dos Programas no desenvolvimento da cidade, na redução das desigualdades sociais, na erradicação da miséria e redução da pobreza extrema e na promoção da qualidade de vida dos munícipes de Imperatriz, enfatizando a importância da comunicação de utilidade pública com o dever de:

- I) vincular-se a objetivos sociais de inquestionável interesse público, sempre assumindo caráter educativo, informativo ou de orientação social;
- II) conter sempre um *comando*, que oriente a população a adotar um comportamento e uma *promessa de benefício*, individual ou coletivo, que possa vir a ser cobrado pelo cidadão;
- III) expressar-se com objetividade e clareza;
- IV) utilizar linguagem de fácil entendimento para o cidadão.

2.5 VEICULAÇÃO DA PUBLICIDADE DE UTILIDADE PÚBLICA

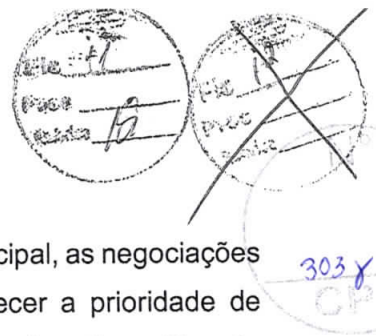
Toda Publicidade de Utilidade Pública de iniciativa do Governo Municipal, assim entendidos os órgãos e entidades da Administração Pública, direta e indireta, terá preço de veiculação menor que os praticados no mercado publicitário para as campanhas institucionais e mercadológicas, constituindo a partir de agora um preço especial para a veiculação de utilidade pública.

O preço especial para a veiculação de utilidade pública poderá ser alcançado pela concessão direta de desconto ou de reaplicação em espaços comerciais em novas inserções.

Cabe a cada agência a iniciativa de estabelecer sua política de preços especiais e demais condições para a veiculação de utilidade pública, com os veículos de comunicação respeitando suas normas e práticas comerciais.



ESTADO DO MARANHÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL- ASCOM



Caberá à ASCOM coordenar, no âmbito da Administração Pública Municipal, as negociações do preço especial para a veiculação de utilidade pública e estabelecer a prioridade de inserção da Publicidade de Utilidade Pública em cada veículo, com vistas à melhor utilização dos espaços comerciais.

A seleção dos meios e veículos de divulgação será feita, em cada caso, pelos respectivos anunciantes, juntamente com a Ascom, de acordo com as estratégias traçadas para cada esforço de comunicação.

2.6 PÚBLICO-ALVO

Todas as camadas da sociedade e público externo, a sociedade em geral (das classes sociais A, B, C, D e E).

2.7 DO PROCESSO DE LICITAÇÃO E SUAS ETAPAS, SEGUNDO A LEI 12.232/2010

A presente licitação deverá ser do tipo melhor técnica (critério de julgamento), cujas as agências (licitantes) deverão ter o Certificado de Qualificação Técnica, fornecido pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão – CENP, convém ressaltar que além da Comissão de Licitação, que coordena os trabalhos, há a figura da subcomissão técnica, que analisará as propostas técnicas.

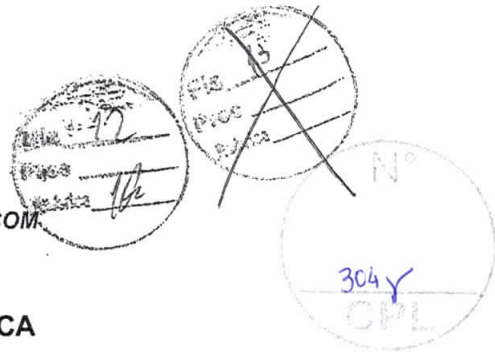
A referida subcomissão técnica deverá ser formada, no mínimo, por três membros especializados na área de comunicação, publicidade ou marketing e sua escolha se dará por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que conterà, no mínimo, o triplo do número de integrantes;

A relação dos nomes da subcomissão deverá ser publicada no diário oficial no mínimo dez dias antes da sessão pública, e qualquer interessado poderá impugnar a pessoa integrante dessa relação em até 48 horas antes da realização da sessão pública;

As propostas técnicas dos licitante deverão serem apresentadas em vias não identificadas e vias identificadas, sendo encaminhadas para a análise da subcomissão técnica as vias não identificadas, com o escopo de se garantir a impessoalidade da análise;

Somente após a divulgação de planilha geral com as pontuações do julgamento das propostas técnicas é que se identificará as licitantes, ao unir as propostas não identificadas (já analisadas) com as de igual teor identificadas;

Todos estas fases e seus procedimentos abaixo estão descritos para uma melhor compreensão, estando os mesmos detalhados de forma mais explicativos do Edital que rege o certame.



3. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

Quesitos:

Plano de Comunicação Publicitária

Capacidade de Atendimento
Repertório
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Subquesitos:

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

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

3.3 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

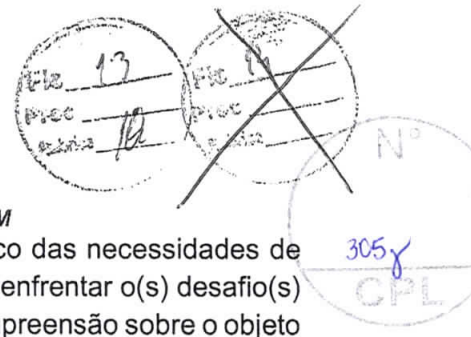
- ✓ em papel A4, branco, orientação retrato;
- ✓ com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- ✓ sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- ✓ com textos justificados;
- ✓ com espaçamento 'simples' entre as linhas;
- ✓ com texto e numeração de páginas em fonte 'ARIAL', estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '12 pontos',
- ✓ com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- ✓ em caderno único e com **ESPIRAL PRETO** colocado à esquerda;
- ✓ capa e contracapa em papel A4 branco, ambas em branco;
- ✓ sem nenhum tipo de identificação.

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

3.5 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing (**Anexo I**), observadas as seguintes disposições:



ESTADO DO MARANHÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL- ASCOM



3.5.1 **Raciocínio Básico:** apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Imperatriz para enfrentar o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s);

3.5.2 **Estratégia de Comunicação Publicitária:** apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

3.5.3 **Idéia Criativa:** apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, com comentários sobre cada peça e ou material.

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

3.5.3.1 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b', deverão atender aos seguinte:

a) estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;

b) podem ser apresentados sob a forma de:

b1 roteiro, leiaute e ou *story-board* impressos, para qualquer meio;

b2) protótipo ou 'monstro', para rádio e internet;

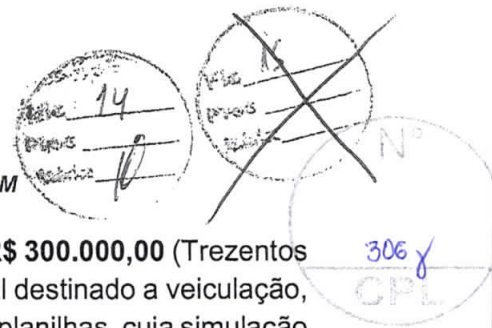
b3) *story-board* animado ou *animatic*, para TV e cinema.

c) só serão aceitos exemplos finalizados em caso de peças ou material não mídia.

3.5.4 **Estratégia de Mídia e Não Mídia** - constituída de:

a) apresentação em que 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 da verba referencial indicada no Briefing sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;





b) simulação de plano de distribuição, cujo valor estimado será de **R\$ 300.000,00** (Trezentos mil reais) em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinado a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, cuja simulação deverá abranger um período de 30 (trinta) dias.

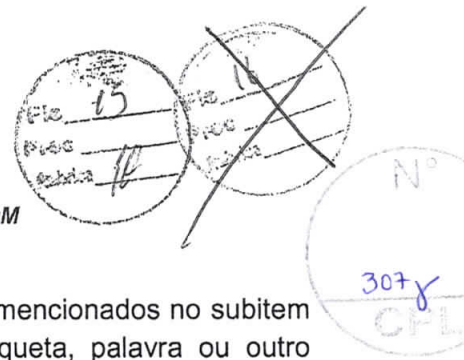
3.6 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

3.7 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 papel A4, em fonte 'ARIAL', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento e discriminará 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;
- e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

3.9 A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o REPERTÓRIO em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.



3.10 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

3.11 A licitante deverá apresentar **10 (dez)** peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

3.12 As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pela Prefeitura Municipal de Imperatriz.

4. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os **RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO** em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'ARIAL', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

4.1 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

4.2 A licitante deverá apresentar **02 (dois)** Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de **02 (duas)** páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

4.2.1 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pela Prefeitura Municipal de Imperatriz.

4.2.2 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas ao final do relato devem estar assinadas pelo cliente.

5. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

5.1 A Subcomissão Técnica prevista no Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

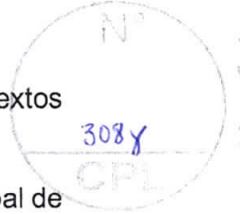
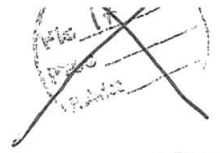
5.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

5.2.3 Plano de Comunicação Publicitária

5.2.3.4 **Raciocínio Básico** - a acuidade de compreensão:



ESTADO DO MARANHÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL- ASCOM



- a) das funções e do papel da Prefeitura Municipal de Imperatriz, nos contextos sociais, político e econômico;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Imperatriz com seus públicos;
- c) das características da Prefeitura Municipal de Imperatriz e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo Prefeitura Municipal de Imperatriz.
- f) das necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Imperatriz para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).

5.2.3.5 Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura Municipal de Imperatriz e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura Municipal de Imperatriz com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura Municipal de Imperatriz.
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a Prefeitura Municipal de Imperatriz, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

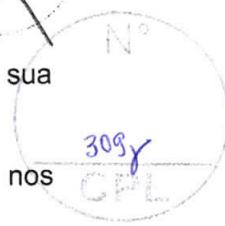
5.2.3.6 Ideia Criativa

- a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura Municipal de Imperatriz.
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;





ESTADO DO MARANHÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL- ASCOM



- g) sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Imperatriz e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- i) a exequibilidade das peças e ou do material;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

5.2.3.7 Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal de Imperatriz;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

6. As notas da Proposta Técnica está limitada ao máximo de **100 (cem)** pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

6.1 Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

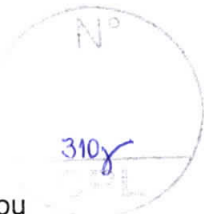
Quesitos/Subquesitos		Pontos
Plano de Comunicação Publicitária		65
Raciocínio Básico	10	
Estratégia de Comunicação Publicitária	25	
Idéia Criativa	20	
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	
Capacidade de Atendimento		15
Repertório		10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10
Pontuação máxima total		100

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





ESTADO DO MARANHÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL- ASCOM



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

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

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

6.2.4 Serão consideradas mais bem-classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as **03 (três)** maiores notas.

6.3 Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) não alcançar, no total, a nota mínima de **70 (setenta)** pontos;
- c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os **subitens 6.1**.

6.4 Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem-classificadas nesta fase, serão assim consideradas que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos **subitens 6.1**.

7. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

7.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

- a) apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b) elaborada em dois documentos distintos;
- c) datada e assinada nos documentos, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

7.2 A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do **Anexo V**, constante do Edital.

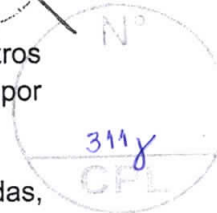
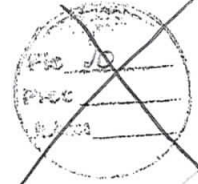
7.3 A licitante deverá elaborar Declaração na qual:

- a) estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos Prefeitura Municipal de Imperatriz:





ESTADO DO MARANHÃO
 PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ
 ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL- ASCOM



a.1) aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;

a.2) aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado;

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

c) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima da minuta de contrato (**Anexo VI**).

7.4 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. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A atual gestão de Imperatriz assumiu o governo em janeiro de 2017, tendo como premissa diferenciada, considerado aos desafios econômicos e sociais do município. O município como, nesta continuidade da gestão, passa a enfrentar seus problemas de com mais consciência dos problemas de maneira corajosa e criativa, em parceria com os cidadãos.

Contudo com muito trabalho, transparência e inovação o município pode alcançar um desenvolvimento que traga prosperidade para todos os habitantes. E só assim Imperatriz poderá manter, com autoridade, o papel de liderança que desempenha no sul do Maranhão.

Portanto, à comunicação deverá refletir esses novos tempos, em busca sempre da criatividade, da objetividade e a simplicidade.

Josué Almeida Moura
 JOSUÉ ALMEIDA MOURA
 Assessor Chefe de Comunicação

10/02/2023

Participo na forma da Lei

[Signature]
 MUNICÍPIO DE IMPERATRIZ
 Prefeitura Municipal de Imperatriz
 Gabinete

MUNICÍPIO DE IMPERATRIZ
 Marcelo Martins de Sousa
 Chefe de Gabinete

PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ

ESTIMATIVA DESPESAS COM PUBLICIDADES

MEIO / PEÇA	VEÍCULO	DESCRIÇÃO DA PEÇA	PRODUÇÃO		VEICULAÇÃO			CUSTO TOTAL (R\$)
			QUANT. PRODUÇÃO (R\$)	CUSTO PRODUÇÃO (R\$)	PERÍODO (2022)	QUANT. INS.	CUSTO MÍDIA (R\$)	
PEÇAS DE MÍDIA								
TELEVISÃO	TV Mirante Imperatriz	VT 30" (J NAC)			Jan/dez	120	1.331,00	159.720,00
TELEVISÃO	TV Mirante Imperatriz	VT 30" (FANTASTICO)			Jan/dez	120	1.102,00	132.240,00
TELEVISÃO	TV Mirante Imperatriz	VT 30" (NOV 20H)			Jan/dez	120	1.238,00	148.560,00
TELEVISÃO	TV DIFUSORA	VT 30" (JORNAL DA DIFUSORA)			Jan/dez	60	2.730,00	163.800,00
TELEVISÃO	TV DIFUSORA	VT 30" (NOVELA NOITE 2)			Jan/dez	30	5.544,00	166.320,00
TELEVISÃO	RECORD	VT 30" (JORNAL DA RECORD)			Jan/dez	20	5.167,00	103.340,00
JINGLE/TRINLHA ATE 5"	Institucional				Jan/dez	12	3.018,50	36.222,00
AUDIO SPOT ATE 60"	Institucional				Jan/dez	12	1.591,30	19.095,60
PEÇAS DE PRODUÇÃO	TABELA FENAPRO							
VT - EDUCAÇÃO	Institucionais	produção/gravação/edição - VT 30"	120	2.598,20				311.784,00
SPOT EDUCAÇÃO/SAÚDE	Institucionais	produção/gravação/edição - Spot 30"	120	1.591,30				190.956,00
OUTDOOR I e II	Institucionais	12 outdoor em papel (2 modelos)	60	4.675,00				280.500,00
FRONTLIGHT	Institucionais	produção de frontlight com estrutura	60	4.675,00				280.500,00
criação de sites	Institucionais		5	72.066,50				360.332,50
bus door	Institucionais		100	3.050,00				305.000,00
onibus	Institucionais		100	3.935,00				393.500,00
adesivo carro passeio	Institucionais		100	2.294,82				229.482,00
impresso c/32 pag	Institucionais		100	523,60				52.360,00
banner vertical 120x240	Institucionais		100	3.852,00				385.200,00
pub legal	Institucionais	Avisos e outros	100	2.167,68				216.768,00
PEÇAS DE NÃO MÍDIA								
cartaz	Institucionais	Formato 4	120	2.179,10				261.492,00
panfletos	Institucionais	Formato 15x21	120	2.179,10				261.492,00
grafico/ilustração	Institucionais		60	689,70				41.382,00
		TOTAIS						4.500.046,10

Imperatriz (MA), ____ / ____ / ____

108

3128

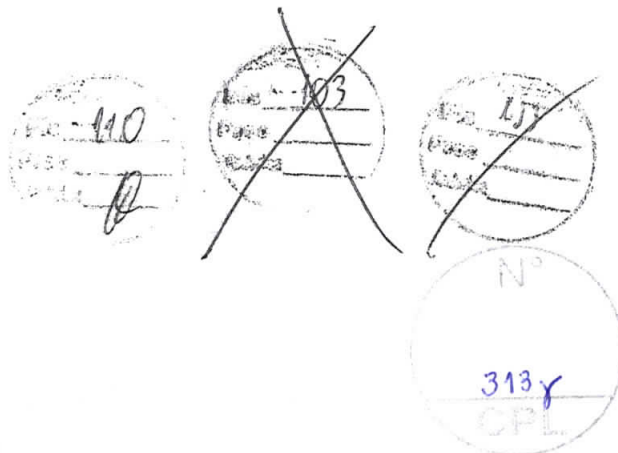


Tabela Referencial de Custos
Internos do Estado do Maranhão



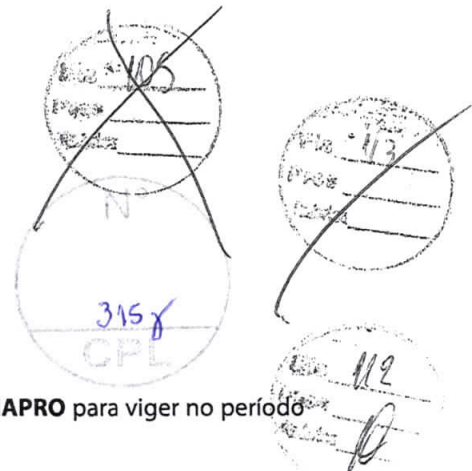
DE 01/06/2022
A 31/05/2023

MI
12

112

NO
314Y
CP

304



1. Esta tabela referencial cancela e substitui a anteriormente emitida pela **FENAPRO** para vigor no período de 2022 a 2023.

2. A presente "Tabela Referencial de Custos de Serviços Internos" foi elaborada pela Federação Nacional das Agências de Propaganda – **FENAPRO**, no uso de sua competência legal, em razão do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Maranhão – **SINAPRO/MA** estar em processo de fundação.

3. A produção desta tabela ocorre após um trabalho de pesquisa, consultando as Agências Maranhenses e analisando a estrutura das Tabelas Referenciais de outros sindicatos e associações relacionadas à área da comunicação.

4. Os valores contemplados nesta Lista, são referenciais e a **FENAPRO** recomenda que sejam observados pelas Agências de Propaganda do Estado do Maranhão, tanto na prestação de serviços publicitários a Clientes de iniciativa privada, como na prestação de serviços à Administração Pública, com relação à última citada, no que não forem contrários ao que dispõe o art. 2º, §2º, da Lei n.º 12.232, de 29 de abril de 2010.

5. Dúvidas porventura surgidas na execução da Tabela Referencial de Custos Internos, do Estado do Maranhão, deverão ser encaminhadas à **FENAPRO**, através do site www.fenapro.org.br, Canal "**FENAPRO Responde**", ou do e-mail contato@fenapro.org.br. A **FENAPRO** representa, em nível nacional, a categoria econômica das Agências de Propaganda, regulamentada pela Lei n.º 4.680/1965, e pelo Regulamento da citada Lei, aprovado pelo Decreto n.º 57.690/1966, alterado pelo Decreto n.º 4.563/2002. A **FENAPRO** atua na defesa dos interesses da citada categoria, independentemente de lição/associação das Agências de Propaganda, nos estados desprovidos de Sindicatos.

Daniel Queiroz
Presidente

"ESTA TABELA REFERENCIAL CANCELA E SUBSTITUI A ANTERIORMENTE EMITIDA PELA FENAPRO PARA VIGOR NO PERÍODO DE 2021 A 2022".



CRITÉRIOS GERAIS

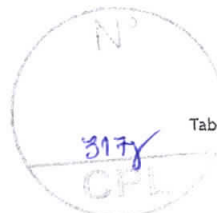
Os critérios gerais que nortearam a elaboração desta Tabela de Custos seguem rigorosamente as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo de Normas-Padrão, bem como a Legislação da Indústria da Propaganda, particularmente a Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e o Decreto nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966.

O Decreto nº 4.563/02, de 31 de dezembro de 2002, que incorpora ao sistema legal as Normas-Padrão da atividade publicitária, alterou o art. 7º do Decreto nº 57.690/66 (que regulamenta a aplicação da Lei nº 4.680/65).

A seguir, reproduzimos textos das Normas-Padrão da Atividade Publicitária – CENP, que estabelecem como devem ser as relações entre os anunciantes e as agências de publicidade e que serviram de base para a elaboração desta Tabela de Custos.

Toda Agência, habilitada e certificada pelo CENP, deve estar capacitada a prestar a seu Cliente os seguintes serviços, além de outros que constituam seu desdobramento natural ou que lhes sejam complementares, agindo por conta e ordem do Cliente/Anunciante:

- Estudo do conceito, ideia, marca, produto ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas a seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e à sua concorrência;
- Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontrem melhor possibilidade de assimilação;
- Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes;
- Exame do sistema de distribuição e comercialização, incluindo a identificação e análise das suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas ao mercado e à concorrência;
- Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens e peças (Criação) e o estudo dos meios e Veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de Mídia);
- Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (Produção) assim como a compra, distribuição e controle da publicidade nos Veículos contratados (execução de Mídia), e o pagamento das faturas.



A Agência deve dispor do seu melhor, trabalhando com dedicação e em estreita colaboração com seu Cliente, de modo a assegurar que o plano publicitário alcance os objetivos pretendidos e que o Anunciante obtenha o melhor retorno do seu investimento em publicidade, seja sob a forma de resultados imediatamente quanti cáveis, seja pela agregação contínua de valor à sua marca, conceito ou ideia.

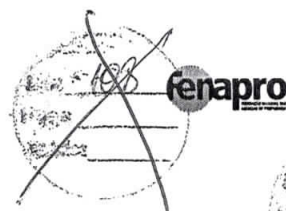
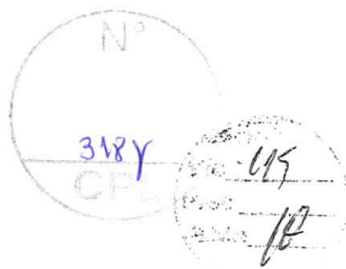
A contratação da Agência pelo Anunciante deve respaldar-se, preferencialmente, em documento escrito, no qual deverá constar o prazo da prestação de serviços e os ajustes que as partes efetuarem, complementando e/ou detalhando dispositivos destas Normas- Padrão. O prazo poderá ser indeterminado, mas o seu término deverá ser previamente comunicado pela parte interessada à outra parte envolvida com, pelo menos, 60 (sessenta) dias de antecedência.

Na vigência da relação contratual, a Agência abster-se-á de colaborar com empresas, instituições, conceitos, ideias, marcas, produtos ou serviços que concorram diretamente com o Cliente, e este, reciprocamente, abster-se-á de utilizar os serviços de outras Agências para a difusão dos mesmos conceitos, ideias, marcas, produtos ou serviços, salvo convenção em contrário.

Salvo prévia e expressa estipulação em contrário, a Agência deverá absorver o custo dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia disponível no mercado, necessários à prestação de serviços de controle de verba do Anunciante. Nas transações entre Anunciantes e Agências, tendo por objeto a parcela negociável do "desconto padrão de Agência", adotar-se-ão, como referência de melhor prática, os parâmetros instituídos pelo item 4.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, que estabelece um sistema progressivo de serviços/benefícios, conforme descrito abaixo:

INVESTIMENTO TOTAL EM VEÍCULOS ADERENTES (EM MILHÕES)	%
Abaixo de 2,5	0
De 2,5 até 7,5	2
De 7,5 até 25	3
De 25 até 40	5
De 40 até 55	6
De 55 até 70	7
De 70 até 85	8
De 85 até 100	9
Acima de 100	10

Todos os demais serviços e suprimentos terão o seu custo coberto pelo cliente, bem como deverão ser adequadamente orçados e exigirá prévia e expressa autorização do Cliente para a sua execução. O custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência, será calculado com base em parâmetros referenciais estabelecidos pela FENAPRO na base territorial onde a Agência estiver localizada, caso não exista Sindicato na mesma da base territorial onde a Agência estiver localizada, assim como não sofrerá acréscimo de honorários nem de quaisquer encargos.



- Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a Fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo Anunciante. O Cliente deverá pagar à Agência "honorários" de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer Fornecedores.
- Quando a responsabilidade da Agência se limitar, exclusivamente, à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo, o Anunciante pagará à Agência "honorários" de, no mínimo, 5% (cinco por cento) e, no máximo, 10% (dez por cento).

Como estímulo e incentivo à criatividade presume-se que as ideias, peças, planos e campanhas de publicidade desenvolvidas pertençam à Agência que os criou, observada a legislação sobre o direito autoral.

Ao modificar ou cancelar serviços internos já aprovados, executados ou em execução, o Cliente deverá pagar à Agência o custo desses serviços. A modificação ou o cancelamento de serviços ou suprimentos externos observará as condições para tanto estabelecidas pelo Fornecedor ou Veículo e obrigará o Cliente a arcar com o pagamento dos custos já efetivados, bem como efetuar o ressarcimento das obrigações irremediáveis.

Constitui prática desleal a apresentação, pela Agência, de trabalhos de qualquer natureza em caráter especulativo a Cliente de outra Agência, salvo quando expressamente solicitada pelo Anunciante em concorrência para escolha de Agência. Como alternativa à remuneração através do "desconto padrão de agência", é facultada a contratação de serviços de Agência de Publicidade mediante "FEES" ou "honorários de valor fixo", a serem ajustados por escrito entre Anunciante e Agência, respeitando o disposto no item 2.9 das Normas-Padrão.

- O "FEE" poderá ser cumulativo ou alternativo à remuneração de Agência decorrente da veiculação ("desconto padrão de agência"), de produção externa, de produção interna e de outros trabalhos eventuais e excepcionais, tais como serviços de relações públicas, assessoria de imprensa e etc.
- Em qualquer situação ou modalidade de aplicação do "FEE", a Agência deverá ser remunerada em valor igual ou aproximado ao que ela receberia caso fosse remunerada na forma do item 2.5.1 das Normas-Padrão, sempre de comum acordo entre as partes, contanto que os serviços contratados por esse sistema sejam os abrangidos no item 3.1 e preservados os princípios de nidos nos itens 2.7, 2.8, 2.9 e 3.4 das Normas-Padrão.
- Para adequação dos valores de remuneração de Agência através de "FEE", como meio de evitar a transferência ou concessão de benefícios ao Cliente/Anunciante pela Agência,

contrariando as Normas-Padrão, bem como as normas legais aplicáveis à espécie, recomenda-se a revisão, a cada 6 (seis) meses, dos valores efetivamente aplicados pelo Cliente/Anunciante em publicidade, em comparação aos valores orçados inicialmente ("budgets" de publicidade) e que tenham servido como parâmetro para a fixação dos valores do "FEE".

Nas contratações com o setor público, os anunciantes de cada Poder e Esfera Administrativa serão considerados como departamentos de um só anunciante, para efeito de aplicação dos dispositivos econômicos destas Normas-Padrão, ainda que os contratos sejam celebrados separadamente com cada Órgão, Autarquia, Empresa, Fundação, Sociedade de Economia Mista ou outro tipo de Entidade governamental. Consideram-se esferas Administrativas distintas o Município, o Estado e a União.

Composição dos custos internos de serviços prestados por Agências sediadas no Estado do Maranhão

A determinação de valor a ser pago pelo Anunciante por serviços prestados pela Agência corresponderá à somatória dos seguintes itens:

Custos dos serviços internos + "desconto padrão de agência" + honorários sobre o valor dos serviços de terceiros

Custos dos serviços internos

Os custos dos serviços internos, que correspondem a aqueles executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência, são calculados com base nos parâmetros referenciais estabelecidos nesta tabela.



Planejamento: fase inicial do trabalho, onde a Agência faz levantamento da necessidade do cliente. É o momento em que a Agência realiza o estudo de caso, estudo da empresa e seu produto/serviço, analisa o mercado de atuação e faz mapeamento do público-alvo da campanha. O planejamento permite conhecer com profundidade o cenário do cliente e a proposição de estratégias que melhor atenda o seu objetivo.

Criação de Campanha (tema/conceito): quando é solicitada a criação de campanha, é necessária uma etapa que antecede a criação das peças: o desenvolvimento de tema/conceito da campanha. Esta etapa deve ser cobrada de acordo com a dimensão do projeto a ser



desenvolvido. A determinação final de custos referentes a uma campanha será a conjunção dos custos de criação do tema/conceito somados aos custos individuais de cada peça que compõe a campanha aprovada pelo Cliente.

Quando os serviços forem de peças isoladas, a tabela subdivide os valores referentes aos seus serviços em três colunas, que representam as fases de trabalho necessárias para a confecção da peça publicitária. Segue abaixo um descritivo de cada uma destas fases:

Criação: Custo diferenciado para cada tipo de peça, referente ao serviço da síntese da estratégia de comunicação publicitária, proposta pela Agência para a solução do problema específico de comunicação descrito em Briefing. É expressa sob forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplo de peça que a corporifique objetivamente, sendo apresentada sob forma de roteiro e textos quando para mídia eletrônica, e em forma de layout para a peça gráfica.

Finalização: Custo diferenciado para cada tipo de peça, referente à montagem final da peça publicitária, seguindo as orientações do layout. Nesta fase do trabalho, serão agrupados em um único documento, seguindo as normas gráficas, todos os elementos que compõem a peça publicitária, tais como: fotografias, ilustrações, textos, títulos, logomarcas e qualquer outro elemento gráfico para que, depois de devidamente revisado e aprovado pelo Cliente, possa ser enviado para o fornecedor ou veículo.

Editoração eletrônica para Finalização: Custos referentes a uma série de outros serviços necessários à produção das peças publicitárias bem como ao seu fluxo na área gráfica, tendo como objetivos garantir: a melhor qualidade de impressão, a segurança e integralidade das informações e a portabilidade dos arquivos referentes às peças publicitárias. Os serviços mínimos necessários e indispensáveis para a conclusão de uma peça publicitária estão divididos nas seguintes etapas: tratamento de imagens, onde serão executados os serviços de retoque, recorte, fusão e correções de cores das imagens; fechamento de arquivos, onde depois que a peça é finalizada, e o tratamento de imagem já foram concluídos, torna-se necessário, para portabilidade, que a peça finalizada seja transformada em um arquivo PDF-X 1a, que é o formato homologado internacionalmente, ideal para a reprodução gráfica; Impressão em papel (print) da peça gráfica, para que seja feita a revisão de textos e de seus elementos gráficos; Envio de e-mail, onde os jornais e editoras recebem os arquivos referentes aos anúncios por e-mail, o que obriga as agências a enviá-los por e-mail e checar o recebimento dos mesmos; Gravação de CD ou DVD, onde na impossibilidade do arquivo ser enviado por e-mail, o mesmo será enviado através de CD ou DVD; e Backup do arquivo, onde também deverá ser gravado CD ou DVD com a finalidade de segurança.

Com base nestes três centros de custos, é possível determinar os custos internos por peças publicitárias. Como exemplo, vamos compor os custos de anúncio de jornal de ½ página. É razoável pensar que um anúncio de jornal de meia página tenha, minimamente, as seguintes características gráficas: uma foto, texto, título e logomarcas. Sendo assim, sua composição de custo será

DESCRIÇÃO	VALOR
Criação de tema/conceito (peça avulsa – 100% do valor total da peça)	R\$ 2.337,00
Adaptação/Finalização/Computação Gráfica	R\$ 2.337,00
Retoque de imagem (1 hora)	R\$ 251,00
Print formato A3 para revisão	R\$ 24,00
Fechamento de arquivo PDF	R\$ 251,00
Total	R\$ 5203,00

Como a formatação discriminada dos custos internos das peças publicitárias torna os orçamentos longos e repetitivos, uma vez que os itens mínimos necessários à elaboração de cada peça são basicamente os mesmos, foram utilizados, nesta nova edição da Tabela de Custos Internos, uma coluna onde são apresentados, como sugestão, os custos padrões mínimos por peça na fase de Editoração Eletrônica.

Foram mantidos também, nesta tabela, a relação detalhada dos custos internos de editoração eletrônica. Assim, poder-se-á fazer o orçamento com a descrição detalhada quando for necessário.

Os prazos mínimos, em dias úteis necessários para execução de peças, são os seguintes, a partir da aprovação do briefing pelo cliente:

Elaboração de planos de mídia:	Criação de Campanhas: 7 dias
Campanhas: 7 dias	Peças avulsas: 3 dias
Peças avulsas: 2 dias	Peças de oportunidade: 2 dias
Peças de oportunidade: 1 dia	Produção de campanhas: 10 a 20 dias

Taxa de emergência: Sempre que os mesmos não forem obedecidos, o Cliente pagará uma taxa de emergência à Agência de 20% sobre o valor dos custos dos serviços internos para o ressarcimento dos custos adicionais, como: horas extras, refeições e transporte dos profissionais da Agência.

As peças não especi cadas nesta Tabela serão orçadas por avaliação e referência de peças similares.



fenapro



ORIENTAÇÕES GERAIS

Quando as peças publicitárias criadas e/ou nalizadas não gerarem remunerações à Agência, seja a do “desconto agência” e/ou honorários de 15% sobre serviço de terceiros, cando assim a remuneração da agência restrita, unicamente, aos seus custos internos, deverá esta cobrar um acréscimo de 100% sobre os valores constantes na Tabela. Sem prejuízo dos demais ressarcimentos e/ou remuneração prevista contratualmente, estabelecida pelo CENP ou possível de ser reivindicada judicialmente.

Reembolso de Despesas - Todos os gastos efetuados a serviço do Cliente serão previamente autorizados e efetivamente comprovados, sendo debitados pelo preço de custo sem incidência de honorários ou comissões. Exemplos: viagens, diárias, transporte, alimentação, comunicação em geral, fotocópias etc. Os reembolsos de despesas são parte integrante da receita tributável da Agência. Assim sendo, tais reembolsos sofrem taxações de impostos. Estes tributos devem ser cobrados do Cliente.

Permutas - Considerando os expressos termos do art. 9º, inciso VIII, c.c. a Lei 9.610/98 (Lei de Direito Autoral), bem como a forma disposta pelo item 13 do Código de Ética dos Profissionais da Propaganda, incorporado ao sistema Legal, por força do art. 17 da Lei 4.680/65, nenhum trabalho publicitário pode ser veiculado sem que a Agência de Propaganda criadora autorize sua divulgação e sem que seja ela, por isso, remunerada. Considerando que nas negociações para veiculação de propaganda através de permutas, o pagamento da veiculação seja realizado através de outras moedas, que não em pecúnia, recomenda-se e se estabelece que:

- a) Nas negociações para veiculação de publicidade, onde sejam adotadas as permutas, a Agência de Propaganda que atende o Cliente-Anunciante deve, necessariamente, delas participar, a fim de estabelecer, em conjunto com o Veículo de Divulgação e seu Cliente, a sua forma de remuneração, que será correspondente ao “desconto padrão de Agência”;
- b) A remuneração da Agência de Propaganda, correspondente ao “desconto padrão de Agência”, será devida pelo Veículo em qualquer caso (participando ou não a Agência da negociação), sendo que o percentual de 20% (vinte por cento), correspondente aos citados honorários da Agência, incidirá sobre o valor da permuta;
- c) Faculta-se às partes, notadamente aos Veículos de Divulgação e às Agências de Propaganda em conjunto, que excepcionalmente estas possam receber, a título de “desconto padrão de Agência”, espaço/tempo publicitário no citado Veículo, para ser utilizado por um dos clientes da Agência, indicado previamente pela agência ao Veículo. Esta disposição é estabelecida como exceção à regra do item 4.7 das Normas-Padrão.

Projetos especiais, eventos, apoios e Patrocínios - Nas negociações entre o Cliente da carteira da Agência e o promotor de projeto especial, promoção, feira, convenção, palestra, seminário, curso, e demais eventos, com a nalidade que este Cliente venha apoiar ou patrocinar as ações do promotor, fazendo a transferência de recurso através de pecúnia ou de permutas e que, em contrapartida, proporcione ao Cliente exposição em mídia de sua(s) marca(s) e/ou produto(s) e/ou serviço(s) nas peças de divulgação do evento, caberá, nestes casos, à Agência de propaganda responsável pela conta publicitária uma remuneração sobre o valor do contrato que deve corresponder ao percentual de 20% (vinte por cento), equivalente ao "desconto padrão de Agência", sendo este devido pelo promotor do evento, em qualquer caso (participando ou não a Agência da negociação). Nos casos em que, como contrapartida, forem oferecidos créditos em espaços publicitários a serem utilizados livremente pelo cliente na divulgação de seu interesse, faculta-se à agência estimar os preços dos espaços publicitários oferecidos ao cliente. Caso esses espaços estejam abaixo dos valores de mercado, ou ofertados pelo promotor como bonificação da negociação, poderá a Agência estabelecer sua remuneração de 20% (honorários), levando em consideração não o valor pactuado, mas sim os valores de mercado referentes aos espaços ofertados ou preços pagos pelo seu cliente na compra de espaços publicitários semelhantes.

Recomenda-se e estabelece-se que:

- a) Nas negociações, a Agência de Propaganda que atende o Cliente-Anunciante deve, necessariamente, delas participar, a m de estabelecer, em conjunto com o promotor do evento e seu Cliente, a sua forma de remuneração, correspondente ao "desconto padrão de Agência";
 - b) A remuneração da Agência de Propaganda, correspondente ao "desconto padrão de Agência", será devida pelo Promotor em qualquer caso (participando ou não a Agencia da negociação), sendo que o percentual de 20% (vinte por cento), correspondente aos citados honorários da Agência, incidirá sobre o valor do contrato;
 - c) Faculta-se às partes, notadamente aos Promotores e às Agências de Propaganda em conjunto, que, excepcionalmente, estas possam receber, a título de "desconto padrão de Agência", espaço/tempo publicitário quando o Promotor for um Veículo, podendo esse espaço/tempo ser utilizado por outros clientes da Agência, a qual competirá indicar previamente ao Veículo. Esta disposição é estabelecida como exceção à regra do item 4.7 das Normas-Padrão.
 - d) Quando o apoio ou o patrocínio for pago em forma de permuta, as bases de negociação serão as mesmas estabelecidas no item referente à permuta.
- Serviços não previstos nesta tabela são de livre acerto entre a Agência e o Cliente.

Refação: adicional de 30%

101
10
324
fenapro
CPL

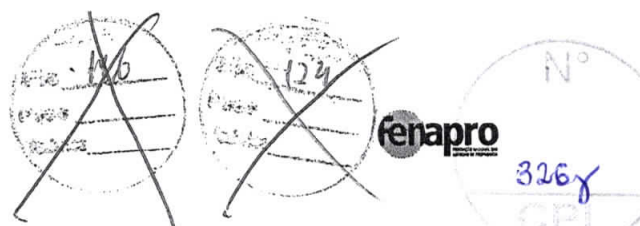
**TABELA REFERENCIAL DE PREÇOS
MARANHÃO**

LINHA	Exemplos:			
1		Lançamento de nova empresa		
2	Grande complexidade	(Re)Lançamento de produto	R\$ 73.604,30	
3		Planejamento anual de produto/marca		
4		Campanha anual		
5	Média complexidade	Lançamento imobiliário		
6		Campanha de incentivo / relacionamento	R\$ 31.279,60	
7		Participação em feira		
8		Calendário Promocional		
9	Baixa complexidade	Ação de guerrilha		
10		Campanha de Varejo	R\$ 17.931,10	
11		Ação promocional		
12	Estratégia de mídia e não mídia		R\$ 7.562,50	
13	Elaboração de Briefing de campanha (quando não for fornecida pelo cliente)		R\$ 6.343,70	
14	Plano de mídia (por meio)		R\$ 1.452,00	
15				
16	Criação da Campanha: adaptação, finalização e computação gráfica das peças que compoem a campanha serao cobradas individualmente.			
17				
18	Campanha Grande/Grande Complexidade		R\$ 25.037,10	
19	Relacionado a uma campanha de grande complexidade.			
20	Campanha Média/Média Complexidade		R\$ 17.127,00	
21	Relacionado a uma campanha de média complexidade.			
22	Campanha Pequena/Baixa Complexidade		R\$ 9.215,80	
23	Relacionado a uma campanha de baixa complexidade.			
24	Peça isolada (quando criação do tema/conceito se aplica para uma única peça)	Acréscimo de 100% sobre o valor total da peça		
25				
26	Identidade visual		Total	
27	Empresa		R\$ 13.185,70	
28	Produto		R\$ 8.021,20	
29	imobiliário e evento		R\$ 6.554,90	
30	Selo comemorativo/promocional		R\$ 6.554,90	
31	Readaptação de marca antiga		R\$ 5.690,30	
32	Mascote/personagem		R\$ 12.027,40	
33	Nome Fantasia		R\$ 4.885,10	
34	Nome Produto		R\$ 5.153,50	
35	Manual de identidade visual		R\$ 4.987,40	
36	Uniforme		R\$ 1.878,80	
37	Papelaria: bloco de anotações, cartão de visita, envelope, papel carta, etc (preço por peça)		R\$ 1.191,30	
38				
39	Sinalização		Total	
40	Fachada		R\$ 5.900,40	
41	Pórtico		R\$ 5.900,40	
42	Sinalização interna (adaptação por placa)		R\$ 348,70	
43	Sinalização interna (projeto de grande porte)		R\$ 8.774,70	
44	Sinalização interna (projeto de médio porte)		R\$ 6.804,60	
45	Sinalização interna (projeto de pequeno porte)		R\$ 5.353,70	
46	Totem		R\$ 4.027,10	
47				
48	Adesivagem de Frota	Finalização	Computação Gráfica	
49	Caminhao	R\$ 2.215,40	R\$ 2.667,50	R\$ 4.882,90
50	Caminhete/Vã	R\$ 1.426,70	R\$ 1.911,80	R\$ 3.338,50
51	Carro passeio/utilitário	R\$ 1.425,60	R\$ 1.478,40	R\$ 2.904,00
52	Motocicleta	R\$ 386,10	R\$ 434,50	R\$ 820,60
53	Onibus	R\$ 2.378,20	R\$ 3.155,90	R\$ 5.534,10
54				

3258

DESIGN

55	Projetos Gráficos								Total
56	Apresentação Multimídia				R\$				5.936,70
57	Broadside, folder e mala direta				R\$				8.311,60
58	Cartilha/Catálogo				R\$				7.126,90
59	CD/DVD				R\$				8.311,60
60	House Organ / Relatório				R\$				11.873,40
61	Jornal				R\$				16.623,20
62	Livro				R\$				24.937,00
63	Mostruários				R\$				14.248,30
64	News Letter				R\$				4.159,10
65									
66	Capa								Total
67	Agenda				R\$				3.324,20
68	Capa de catálogo				R\$				4.177,80
69	Capa de Livro				R\$				6.070,90
70	Capa de relatório				R\$				4.177,80
71	Capa de revista				R\$				6.070,90
72	CD - Capa				R\$				3.324,20
73									
74	Diagramação por página								Total
75	Impresso - até 32 páginas		Finalização		R\$	268,40	Computação Gráfica	R\$	255,20 R\$ 523,60
76	Impresso - acima de 33 páginas		R\$	187,00	R\$	177,10	R\$		364,10
77	Multimídia - montagem por tela				R\$				407,00
78									
79	Criação Stand								Total
80	Stand para feira - Envelopagem até 15m (sem projeto arquitetônico)				R\$				9.609,00
81	Stand para feira - Envelopagem acima de 15m - por m2 (sem projeto arquitetônico)				R\$				645,00
82	Stand para feira - Com projeto especial / arquitetônico								a combinar
83									
84	Criação do mobiliário								Total
85	Balcão para degustação		Finalização		R\$	1.335,40	Computação Gráfica	R\$	445,50 R\$ 1.780,90
86	Ponto de Venda		R\$	1.335,40	R\$	445,50	R\$		1.780,90
87									
88	Criação do mobiliário já existente								Total
89	Balcão para degustação		R\$	1.335,40	R\$	445,50	R\$		1.780,90
90	Ponto de Venda		R\$	1.335,40	R\$	445,50	R\$		1.780,90
91									
92	Embalagens								Total
93	Caixa de embarque		R\$	1.182,50	R\$	583,00	R\$		1.765,50
94	Cartela/tag		R\$	1.182,50	R\$	583,00	R\$		1.765,50
95	Cinta para embalagem		R\$	322,30	R\$	157,30	R\$		479,60
96	Embalagem		R\$	4.911,50	R\$	2.407,90	R\$		7.319,40
97	Embalagem (reformulação ou melhora)		R\$	2.572,90	R\$	1.262,80	R\$		3.835,70
98	Embalagens para linha de produtos		R\$	13.108,70	R\$	6.420,70	R\$		19.529,40
99	Mockup (sem custo terceirizado)		R\$	3.806,00	R\$	1.866,70	R\$		5.672,70
100	Rótulo		R\$	2.674,10	R\$	1.311,20	R\$		3.985,30
101	Rótulo (reformulação ou melhora)		R\$	2.156,00	R\$	1.161,60	R\$		3.317,60
102									
103	PEÇAS VEICULÁVEIS								
104	Anúncios								Total
105	Jornal / Revista		Adaptação		R\$	1.546,60	Finalização	R\$	599,50 R\$ 424,60 R\$ 2.570,70
106	Jornal (classificado)		R\$	1.025,20	R\$	399,30	R\$		246,40 R\$ 1.670,90
107									
108									
109	Publicidade Legal / Balanço								
110	Página dupla								R\$ 5.424,10
111	1 Página								R\$ 2.742,30
112	Rouba página								R\$ 1.994,30
113	1/2 página								R\$ 1.370,60
114	1/3 página								R\$ 721,60
115	1/4 página								R\$ 685,30
116									
117	Mídia Exterior								Total
118	Backbus - Traseirão de Ônibus		R\$	2.185,70	R\$	936,10	R\$		814,00 R\$ 3.935,80
119	Busdoor / Taxidoor		R\$	1.413,50	R\$	605,00	R\$		1.031,80 R\$ 3.050,30
120	Cancela de estacionamento		R\$	1.204,50	R\$	653,40	R\$		625,90 R\$ 2.483,80



PROPAGANDA

121	Empena	R\$	2.187,90	R\$	1.871,10	R\$	2.271,50	R\$	6.330,50
122	Frontlight – backlight - Triedo (por face)	R\$	2.839,10	R\$	1.212,20	R\$	623,70	R\$	4.675,00
123	Mobiliário urbano (estrutura existente: relógio, displays, parada de ônibus, guarda-corpo etc.)	R\$	1.413,50	R\$	605,00	R\$	1.031,80	R\$	3.050,30
124	Outdoor	R\$	2.839,10	R\$	1.212,20	R\$	623,70	R\$	4.675,00
125									
126	Mídia eletrônica - criação, texto e roteiro								Total
127	Assinatura/vinheta eletrônica							R\$	943,80
128	Áudio/Spot até 60"							R\$	1.591,30
129	Documentário/Vídeo até 5'							R\$	8.984,80
130	Documentário/Vídeo - por minuto excedente							R\$	1.074,70
131	Jingle/trilha até 60"							R\$	3.018,50
132	Storyboard (por quadro)							R\$	348,70
133	VT/filme (miolo de oferta)							R\$	639,10
134	VT/filme até 60"							R\$	2.598,20
135									
136	PEÇAS NÃO VEICULÁVEIS/PROMOCIONAIS								
137	<i>Acréscimo de 30% quando a peça possuir formato especial.</i>								
138									
139	Mídia Exterior		Adaptação		Finalização		Computação Gráfica		Total
140	Banca de Jornal	R\$	2.180,20	R\$	933,90	R\$	312,40	R\$	3.426,50
141	Blimp	R\$	624,80	R\$	254,10	R\$	239,80	R\$	1.118,70
142	Faixa - faixaeta (avião, rua, supermercado)	R\$	403,70	R\$	256,30	R\$	242,00	R\$	902,00
143	Galhardete	R\$	1.204,50	R\$	653,40	R\$	625,90	R\$	2.483,80
144	Placa de estrada	R\$	485,10	R\$	309,10	R\$	209,00	R\$	1.003,20
145	Placa obra	R\$	485,10	R\$	309,10	R\$	209,00	R\$	1.003,20
146	Pintura de muro (até 25m2)	R\$	1.204,50	R\$	653,40	R\$	625,90	R\$	2.483,80
147									
148	Impressos		Adaptação		Finalização		Computação Gráfica		Total
149	Broadside, folder, mala direta (até formato A4)	R\$	2.576,20	R\$	995,50	R\$	624,80	R\$	4.196,50
150	Cartão; aniversário, Natal, Ano-Novo, postal	R\$	1.089,00	R\$	465,30	R\$	624,80	R\$	2.179,10
151	Cartaz	R\$	1.089,00	R\$	465,30	R\$	624,80	R\$	2.179,10
152	Convite para eventos elaborados	R\$	1.637,90	R\$	492,80	R\$	323,40	R\$	2.454,10
153	Convite para eventos simples	R\$	1.251,80	R\$	375,10	R\$	246,40	R\$	1.873,30
154	Diploma	R\$	644,60	R\$	387,20	R\$	261,80	R\$	1.293,60
155	Formulário	R\$	644,60	R\$	387,20	R\$	261,80	R\$	1.293,60
156	Jogo americano	R\$	644,60	R\$	387,20	R\$	261,80	R\$	1.293,60
157	Panfleto	R\$	1.089,00	R\$	465,30	R\$	624,80	R\$	2.179,10
158	Pasta	R\$	486,20	R\$	309,10	R\$	209,00	R\$	1.004,30
159	Santinho	R\$	486,20	R\$	309,10	R\$	209,00	R\$	1.004,30
160									
161	Material Promocional/PDV		Adaptação		Finalização		Computação Gráfica		Total
162	Aplicação de marca	R\$	345,40	R\$	222,20	R\$	-	R\$	567,60
163	Adesivo (até A4)	R\$	644,60	R\$	387,20	R\$	261,80	R\$	1.293,60
164	Adesivo (superior a A4)	R\$	1.089,00	R\$	465,30	R\$	624,80	R\$	2.179,10
165	Backdrop (só marcas)	R\$	484,00	R\$	311,30	R\$	207,90	R\$	1.003,20
166	Bandeirola	R\$	947,10	R\$	628,10	R\$	312,40	R\$	1.887,60
167	Bandô	R\$	484,00	R\$	311,30	R\$	207,90	R\$	1.003,20
168	Banner/windbanner	R\$	1.413,50	R\$	605,00	R\$	1.031,80	R\$	3.050,30
169	Bola / Balão de festas	R\$	484,00	R\$	311,30	R\$	207,90	R\$	1.003,20
170	Cartela de preços	R\$	484,00	R\$	311,30	R\$	207,90	R\$	1.003,20
171	Crachá	R\$	484,00	R\$	311,30	R\$	207,90	R\$	1.003,20
172	Display de balcão e parede	R\$	1.413,50	R\$	605,00	R\$	1.031,80	R\$	3.050,30
173	Ficha de Inscrição/Cupom	R\$	680,90	R\$	422,40	R\$	248,60	R\$	1.351,90
174	Mobile	R\$	680,90	R\$	422,40	R\$	248,60	R\$	1.351,90
175	Painel	R\$	1.413,50	R\$	605,00	R\$	1.031,80	R\$	3.050,30
176	Placa Comemorativa	R\$	484,00	R\$	311,30	R\$	207,90	R\$	1.003,20
177	Sacola	R\$	484,00	R\$	311,30	R\$	207,90	R\$	1.003,20
178	Saia de gôndola	R\$	644,60	R\$	387,20	R\$	261,80	R\$	1.293,60
179	Wobbler, danger, stopper	R\$	947,10	R\$	628,10	R\$	312,40	R\$	1.887,60
180									
181	Brinde		Adaptação		Finalização		Computação Gráfica		Total
182	Aplicação de marca	R\$	345,40	R\$	222,20	R\$	-	R\$	567,60
183	Abanador / leque	R\$	600,60	R\$	383,90	R\$	366,30	R\$	1.350,80
184	Boné	R\$	484,00	R\$	311,30	R\$	207,90	R\$	1.003,20

185	Calendário (Bolso/Mesa)	R\$	1.026,30	R\$	388,30	R\$	314,60	R\$	1.729,20
186	Calendário (custo por lâmina)	R\$	947,10	R\$	629,20	R\$	313,50	R\$	1.889,80
187	Camisa	R\$	600,60	R\$	383,90	R\$	366,30	R\$	1.350,80
188	Marcador Página	R\$	600,60	R\$	383,90	R\$	366,30	R\$	1.350,80
189	Mouse pad	R\$	600,60	R\$	383,90	R\$	366,30	R\$	1.350,80
190	Projeto especial (criação de novo brinde)	R\$	2.191,20	R\$	937,20	R\$	1.125,30	R\$	4.253,70
191									
192	Projetos especiais (apenas layout - não incluso produção)							Total	
193	Inflável							R\$	2.976,80
194	Medalha							R\$	2.976,80
195	Totem							R\$	3.193,30
196	Troféu							R\$	4.195,40
197									
198	Site/Portal							Total	
199	Arquitetura de informação (mapa do site + wireframe)							R\$	20.227,90
200	Compra de domínio + hosting (mensal)							R\$	540,10
201	Desenvolvimento de CMS							R\$	13.484,90
202	Desenvolvimento de gerador de perfis							R\$	13.484,90
203	Desenvolvimento de sistema de banco de dados							R\$	5.394,40
204	Gestão de conteúdo							R\$	16.182,10
205	Integração com redes sociais							R\$	15.732,20
206	Layout das páginas internas (por página)							R\$	9.721,80
207	Layout de homepage							R\$	17.980,60
208	Programação de capa em flash							R\$	26.969,80
209	Redação de texto (por página)							R\$	4.495,70
210	Replicar página para diferentes idiomas							R\$	1.686,30
211	Alterações / ajustes de layout (por página)							R\$	2.611,40
212	Alterações / ajustes de programação (por página)							R\$	5.221,70
213	Hotsite							Total	
214	Arquitetura de informação (mapa do site + wireframe)							R\$	6.743,00
215	Compra de domínio + hosting (mensal)							R\$	511,50
216	Desenvolvimento de banco de dados							R\$	17.980,60
217	Desenvolvimento de cms							R\$	17.980,60
218	Desenvolvimento de gerador de perfis							R\$	17.980,60
219	Gestão de conteúdo							R\$	8.515,10
220	Integração com redes sociais							R\$	22.475,20
221	Layout de homepage							R\$	12.361,80
222	Layout das páginas internas (por página)							R\$	6.743,00
223	Programação de capa em flash							R\$	16.856,40
224	Redação de texto (por página)							R\$	2.472,80
225	Replicar página para diferentes idiomas							R\$	1.686,30
226	Promoção/Concurso							Total	
227	Mediação (mensal)							R\$	5.419,70
228	Planejamento e mecânica							R\$	8.129,00
229	Newsletter/E-mail Marketing							Total	
230	Importação / segmentação / higienização de base							R\$	6.652,80
231	Disparo (unitário)							R\$	540,10
232	Mensuração de resultados							R\$	6.652,80
233	Newsletter / e-mail mkt em arquivo de imagem (jpg,png,etc.)							R\$	1.777,60
234	Newsletter / e-mail mkt em arquivo html							R\$	2.019,60
235	Relatório de envio de newsletter / e-mail mkt							R\$	6.652,80
236	Banner (medidas em pixel)							Total	
237	Background 1680 x altura livre							R\$	5.557,60
238	Banner vertical 120x240							R\$	3.852,00
239	Banner vertical expansível 300x600							R\$	5.557,60
240	Barra Lateral 180x400							R\$	3.852,00
241	Banner vertical expansível 1190x700							R\$	5.557,60
242	Botão 120x30							R\$	3.209,60
243	Botão 120x60							R\$	3.852,00
244	Botão 120x90							R\$	4.063,20
245	Botão 88x31							R\$	3.209,60
246	Full banner 468x60							R\$	3.852,00



MULTIMÍDIA/DIGITAL

247	Full banner expansível 468x300	R\$	5.557,60
248	Giga banner 990x300	R\$	5.557,60
249	Half banner 234x60	R\$	3.209,60
250	Interstitial 1000x600	R\$	5.557,60
251	Layer dhtml	R\$	5.557,60
252	Mega banner 920x114	R\$	5.557,60
253	Page colapse (fechado 300x250 – aberto 980x315)	R\$	5.557,60
254	Retângulo 180x150	R\$	3.209,60
255	Retângulo de menu 140x240	R\$	4.063,20
256	Retângulo médio 300x250	R\$	4.063,20
257	Rouba página (fechado 300x250) – aberto 994x519)	R\$	5.557,60
258	Selo 180x30	R\$	3.209,60
259	Selo duplo 180x60	R\$	3.852,00
260	Skyscraper 120x600	R\$	3.209,60
261	Super banner 728x90	R\$	3.852,00
262	Super banner expansível 728x300	R\$	5.557,60
263	Xpace 948x60 a 948x360	R\$	5.557,60
264	Audiência		Total
265	Monitoramento diário + relatório semanal simples (mensal)	R\$	1.529,00
266	Relatório completo (mensal)	R\$	2.608,10
267	Relatório de análise de métricas in-site	R\$	1.348,60
268	Relatório de análise de métricas off-site	R\$	2.697,20
269	Mídias Sociais		Total
270	Criação de cards para redes sociais	R\$	1.284,77
271	Criação de perfil (facebook, twiter, etc)	R\$	3.192,95
272	Personalização de rede social / perfil (avatar, testeira, etc.)	R\$	7.740,63
273	Geração de Conteúdo		Total
274	Criação de matriz de conteúdo para canais proprietários (redes sociais e sites) (por plataforma digital)	R\$	8.890,30
275	Criação de conteúdos para perfis proprietários em redes sociais (por post)	R\$	337,70
276	Criação de conteúdos para ambientes digitais como sites, hotsites e blogs (por post)	R\$	674,30
277	Criação de publicidade (para blogs,sites e redes sociais) (por publiciditorial)	R\$	1.348,60
278	Curadoria (pesquisa) de conteúdo para perfis proprietários em redes sociais	R\$	225,50
279	Curadoria (pesquisa) de conteúdo para ambientes digitais proprietários (sites, hotsites e blogs) (por post)	R\$	225,50
280	Gestão de geração de conteúdos e interações em canais proprietários (por mês)	R\$	899,80
281	Monitoramento de Canais Proprietários		Total
282	Monitoramento de interacoes e respostas as interacoes (por diaria)	R\$	180,40
283	Monitoramento da Marca na Web		Total
284	Monitoramento de menções à marca na web e geração de relatório em resultados (por relatório)	R\$	1.350,80
285	Monitoramento de menções à marca para interações (monitoramento ativo) (por diária)	R\$	180,40
286	Disseminação Online		Total
287	Estruturação de estratégia de disseminação (por job)	R\$	6.743,00
288	Gestão de disseminação online (por job)	R\$	899,80
289	Mapeamento de formadores de opinião (blogueiros e betas) (por formador de opinião)	R\$	90,20
290	Pesquisa de dados cadastrais de formadores de opinião para contato (endereço + email)(por formador de opiniã	R\$	72,60
291	Realização de contato com formadores de opinião (por formador de opinião)	R\$	45,10
292	Negociação e contratação de posts pagos de formadores de opinião (por formador de opinião)	R\$	90,20
293	Digital PR (ativação de formadores de opinião) (até 10 formadores de opinião)	R\$	2.248,40
294	Monitoramento e Avaliação de Resultados		Total
295	Planejamento e definição de métricas e metas do projeto (por job)	R\$	2.922,70
296	Monitoramento de posts pagos e mídia espontânea em redes sociais, sites e blogs (diária)	R\$	2.248,40
297	Relatório semanal com monitoramento e clipagem de posts (por relatório)	R\$	630,30
298	Relatório completo do Projeto (por relatório)	R\$	2.608,10
299	Games		Total
300	Design de ambientes de jogo	R\$	13.484,90
301	Design de telas complementares de jogo	R\$	6.743,00
302	Game-flash	R\$	33.712,80
303	Game-html5	R\$	56.186,90
304	Mobile game	R\$	78.661,00
305	Planejamento de game	R\$	11.237,60
306	Social Game	R\$	101.136,20

Nº
329 Y
CPL

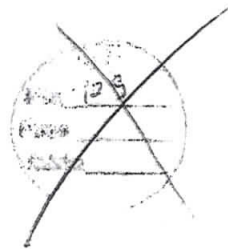
119
17

PROJETOS DIGITAIS


307	Aplicativos	Total
308	Aplicativo para redes sociais simples	R\$ 56.186,90
309	Aplicativos para redes sociais gerador de perfis e integração de conteúdo	R\$ 78.661,00
310	Aplicativo para aparelhos móveis (celular e tablet)	R\$ 89.898,60
311	Mobile	Total
312	Análise de resultados de campanha sms	R\$ 2.608,10
313	Banner grande para dispositivos móveis 320x100	R\$ 5.296,50
314	Cabeçalho para dispositivos móveis 320x50	R\$ 5.296,50
315	Disparo de SMS	R\$ 1.798,50
316	Mobile apps 480x75	R\$ 5.296,50
317	Planejamento de campanha SMS	R\$ 10.114,50
318	Quadrado 250x250	R\$ 5.296,50
319	Selo duplo 300x100	R\$ 5.296,50
320	Selo simples 300x50	R\$ 5.296,50
321	Otimização SEO	Total
322	Análise de conteúdo in-site (por página)	R\$ 404,80
323	Análise técnica in-site	R\$ 3.147,10
324	Análise técnica off-site (link building)	R\$ 4.944,50
325	Monitoramento de resultados	R\$ 1.348,60
326	Planejamento de campanha (por palavra)	R\$ 1.124,20
327	Marketing em Buscadores (S.E.M)	Total
328	Criação de campanha	R\$ 7.867,20
329	Gestão de campanha	R\$ 1.348,60
330	Seleção de palavras-chaves (por palavra)	R\$ 247,50
331	Apresentações	
332	Presentation em flash	R\$ 40.454,70
333	Presentation em ppt	R\$ 20.227,90
334		
335	Planejamento	Total
336	Planejamento de Projeto digital	R\$ 32.668,90
337	Protótipo de Projeto Digital (wireframes) – arquitetura	R\$ 32.668,90
338	Benchmark (avulso)	R\$ 13.453,00
339	Direção de arte (conceito para projeto)	R\$ 15.374,70
340	Análise de tecnologia	R\$ 10.890,00
341	Tag Book (especificação métrica)	R\$ 10.890,00
342	SEO Book (especificação de ações para busca orgânica)	R\$ 27.223,90
343	Gestão de Projeto (PMI)*	R\$ 72.066,50
344	Plano de mídia digital (avulso)	R\$ 19.218,10
345	Criação	Total
346	Sites Institucionais (Planejamento, UX, Direção de Arte, Webdesign e Redação)	R\$ 72.066,50
347	Intranets e extranets (Planejamento, UX, Direção de Arte, Webdesign e Redação)	R\$ 64.057,40
348	E-commerce (Planejamento, UX, Direção de Arte, Webdesign e Redação)	R\$ 60.853,10
349	Blogs, fóruns e hotspots (Planejamento, UX, Direção de Arte, Webdesign e Redação)	R\$ 24.022,90
350	App Mobile (Planejamento, UX, Direção de Arte, Webdesign e Redação)	R\$ 72.066,50
351	Programação	Total
352	Sites Institucionais (a partir de)	R\$ 72.066,50
353	Intranets e extranets	R\$ 64.057,40
354	E-commerce (a partir de)	R\$ 60.853,10
355	Blogs, fóruns e hotspots (a partir de)	R\$ 24.022,90
356	App Mobile	Sob consulta
357	Infográfico	R\$ 6.727,60
358	Landing page	R\$ 9.900,00
359		
360	Conteúdo	Total
361	"SAC 2.0" – Interação em canal social (mensal)	R\$ 9.609,60
362	Business Inteligence	Total
363	Análise Web Metrics - mensal	R\$ 5.446,10
364	Análise específica SEO - mensal	R\$ 7.726,50
365	Monitoramento social de marca - mensal	R\$ 6.086,30

Nº 330
CPL
fenapro
127


366 Desenvolvimento dos trabalhos em Meios Digitais		Custo homem/hora (R\$)	
367	Planejamento	R\$ 609,40	a R\$ 727,10
368	Design e criação	R\$ 480,70	a R\$ 607,20
369	Atendimento e gestão	R\$ 484,00	a R\$ 607,20
370	Programação	R\$ 364,10	a R\$ 484,00
371	Refação – adicional mínimo de 30% Valores em reais		
372			
ILUSTRÇÃO	373 Ilustração (por ilustração)	Acima de 10 Até 10	
	374 Gráfico (ilustração)	R\$ 689,70	R\$ 955,90
	375 Mapa de localização (simples)	R\$ 1.423,00	R\$ 1.565,30
	376 Tabela	R\$ 555,50	R\$ 770,00
	377 Ilustrações / Cartoon / Caricatura (mídia impressa e eletrônica)	R\$ 1.002,10	R\$ 1.388,20
	378 Pesquisa 2007 - Referencial de valores de ilustração Abipro		
	379		
HORA/PROFISSIONAL	380 Hora/Profissional	Total	
	381 Presidente	R\$ 812,90	
	382 Vice-presidente	R\$ 552,20	
	383 Diretor de Criação	R\$ 451,00	
	384 Diretor de Atendimento	R\$ 451,00	
	385 Atendimento	R\$ 276,10	
	386 Diretor de arte	R\$ 421,30	
	387 Redator	R\$ 421,30	
	388 Planejamento	R\$ 552,20	
	389 Produtor gráfico/eletronico	R\$ 276,10	
	390 Mídia	R\$ 276,10	
391			
FINALIZAÇÃO	392 Finalização	Total	
	393 Fechamento de arquivo (por hora homem) - incluir em fechamento de arquivo.	R\$ 276,10	
	394 Tratamento de imagem (Por hora homem)	R\$ 276,10	
	395 Vetorização de logotipos	R\$ 276,10	
	396 Gravação de CD/DVD	R\$ 52,80	
	397 Scanner de imagem	R\$ 35,20	
	398 Print papel A4 (cor)	R\$ 17,60	
	399 Print papel A3 (cor)	R\$ 26,40	
	400 Print papel A4 (p&b)	R\$ 14,30	
	401 Print papel A3 (p&b)	R\$ 20,90	
	402 Backup de arquivos CD/DVD	R\$ 523,60	



Fenapro Responde

 (11) 2199-4710

 contato@fenapro.org.br

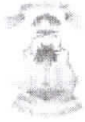
 fenapro.org.br

Nº
332y
CPL

~~100~~

129

enapro
FEDERAÇÃO NACIONAL DAS
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 04/2023- CPL

ANEXO II

MODELO CARTA CREDENCIAL

(local de data),

À
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO - C P L
IMPERATRIZ-MA

REF.CONCORRÊNCIA PUBLICA Nº 004/2023-CPL

_____ (qualificação da empresa, nome, endereço, CNPJ), por seu representante legal, que esta subscreve, Senhor _____ (qualificação do representante), credencia o Sr. _____, (qualificação do credenciado, nome, endereço, CPF, RG,) para representá-la perante esta Comissão, na Concorrência em referência, com poderes para falar em nome da Empresa licitante, inclusive para renunciar ao direito de interposição de recursos, em qualquer fase do procedimento licitatório.

Atenciosamente,

(nome da empresa e do representante legal, com a devida qualificação)

Observação: Anexar cópia do Contrato Social da empresa



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 004/2023 – CPL

ANEXO III

DECLARAÇÃO A QUE ALUDE O ART. 27º, V DA LEI Nº 8.666/93

REF.: CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 004/2023 - CPL

....., inscrito no CNPJ nº, por intermédio de seu representante legal o (a) Sr (Sra), portador (a) da Carteira de Identidade nº e do CPF nº, DECLARA, para fins do disposto no inciso V do art. 27, da Lei 8.666, de 21 de junho de 1993, acrescido pela Lei nº 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

Ressalva: emprega menor, a partir de catorze anos, na condição de aprendiz []

Imperatriz, / /

Nome e Assinatura do representante legal

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



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 004/2023 – CPL

ANEXO IV

PPSV - PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO;

DADOS CADASTRAIS DA LICITANTE			
Empresa			
CNPJ Nº			
Representante			
Endereço			
Nº do fax			
Nº do telefone			
E-mail			
Informações bancárias	Banco:	Agência:	Nº conta-corrente:

DECLARAMOS que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte **política de preços** para os serviços descritos:

a) DESCONTO a ser concedido à Prefeitura Municipal de Imperatriz, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços da Federação Nacional das Agências de Propaganda - FENAPRO ____ % (____ por cento);

b) HONORÁRIOS A SEREM COBRADOS DA PREFEITURA DE IMPERATRIZ, incidente sobre os preços de serviços externos especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material, realizados por terceiros/fornecedores, sob supervisão da licitante: ____%(____por cento).

c) HONORÁRIOS A SEREM COBRADOS DA PREFEITURA DE IMPERATRIZ, incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual: ____ % (____ por cento).

d) Os preços propostos serão de nossa exclusiva responsabilidade, não nos assistindo o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma exceção, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

e) Esta Proposta de Preços tem validade de dias, a partir da data de sua apresentação.

Imperatriz(MA), -....., de.....de 2023.

Nome da licitante
Nome, cargo e assinatura do Representante legal



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 004/2023 - CPL

ANEXO V

MINUTA DE EDITAL

CONTRATO Nº _____/2023.

CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PARA PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE UTILIDADE PÚBLICA, PARA APRESENTAÇÃO DE SOLUÇÕES DE COMUNICAÇÃO PARA PROBLEMAS DISTINTOS, ALÉM DA MANUTENÇÃO DA COMUNICAÇÃO EM RELAÇÃO AO ESFORÇO GOVERNAMENTAL, COM O OBJETIVO DE ADEQUAR AS NECESSIDADES DE COMUNICAÇÃO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ ÀS DEMANDAS EXISTENTES E FUTURAS, CONFORME BRIEFING (ANEXO I), DE INTERESSE DA PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ, QUE ENTRE SI CELEBRAM A PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ, E A EMPRESA.....

Ao(s) _____ dias do mês de _____ do ano de 2023, de um lado, o **MUNICÍPIO DE IMPERATRIZ**, CNPJ/MF n.º 06.158.455/0004-16, localizada na Rua Rui Barbosa, n.º 201 – Centro, através do XXXXXXX, brasileiro, agente político, com a interveniência do Assessor de Comunicação do Município de Imperatriz, XXXXXXX, doravante denominada simplesmente de **CONTRATANTE** e, do outro lado, a empresa _____, CNPJ/MF n.º _____, estabelecida na _____, neste ato, representada pelo, Sr. _____ portador do RG n.º _____ e do CPF/MF n.º _____, doravante denominada simplesmente de **CONTRATADA**, tendo em vista o que consta NO **PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 02.01.01.003/2023- ASCOM** e proposta apresentada, que passam a integrar este instrumento, independentemente de transcrição na parte em que com este não conflitar, resolvem, de comum acordo, celebrar o presente Contrato, resultante da licitação sob a modalidade **CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 004/2023 - CPL**, do tipo **MELHOR TÉCNICA** mediante as cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DA LEGISLAÇÃO E DOS DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232, de 29.04.10, e, de forma complementar, das Leis nº 4.680, de 18.06.65, e nº 8.666, de 21.06.93.

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 - o Edital da Concorrência Pública nº 004/2023 – CPL e seus Anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços apresentadas pela contratada.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO OBJETO

2.1 Constitui objeto deste contrato a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a



supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, conforme Briefing.

2.1.1 Também integram o objeto deste contrato, 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 deste 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;

c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela 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 da CONTRATANTE, 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 veículo de comunicação.

2.2 A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, 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, observado o disposto no subitem 3.2.6 do Edital da Concorrência que deu origem a este ajuste, atuará de acordo com solicitação da CONTRATANTE, indistintamente e independentemente de sua classificação no referido certame, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1.

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 CONTRATADA ficará obrigada a aceitar nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários do objeto até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial do contrato, observadas as condições definidas no parágrafo 1º do art. 65 da Lei nº 8.666 de 21/06/93.

3.1.2. O CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo em até 60 meses, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/1993.

3.1.3. A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser procedida pela CONTRATANTE, em conformidade com o subitem 7.10 deste contrato.

CLÁUSULA QUARTA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS



- 4.1 As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA, em decorrência do processo licitatório que deu origem a este ajuste, estão estimados em R\$ 4.500.000,00 (quatro milhões e quinhentos reais), nos primeiros 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado por igual período, caso haja interesse da Administração, até o limite de 60 (sessenta) meses.
- 4.2. 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.
- 4.3 O CONTRATANTE se reserva o direito de a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.
- 4.4 O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2023 está consignado no Orçamento do Município de Imperatriz, conforme as seguintes classificações:

UNIDADE ORÇAMENTARIA 02.01 Governadoria do Município

AÇÃO: 02.01.01.24.131.0011.2.033 – Ação de Governo em Divulgação e Assessoria de Comunicação.

Natureza da Dispensa: 3.3.90.39 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

Recursos: 00- Tesouro Municipal.

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.
- 5.1.2. Realizar - com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores - 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.
- 5.1.3. Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE em sua filial, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. A seu critério, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.
- 5.1.4. 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.
- 5.1.5 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas.
- 5.1.5.1 Pertencem a 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 veículo de divulgação.
- 5.1.5.1.1 O disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.
- 5.1.5.2 O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.
- 5.1.5.3 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.

5.1.5.3.1 O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.5.3 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.

5.1.6 Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1e 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.

5.1.7 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados à CONTRATANTE:

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

II - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados no Cadastro Simplificado de Fornecedores do Município de Imperatriz e outros municípios, aptos a fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

III - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV - 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 serviço a ser fornecido.

VII – a CONTRATADA após recebimento da CONTRATANTE fica obrigada, no prazo de 72 (setenta e duas horas), a apresentar comprovante de pagamento referente aos serviços de fornecedores executados em prol do objeto deste contrato.

5.1.7.1 Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE.

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

5.1.7.3 Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá:

a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato;

b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

5.1.7.4 Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados 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.

5.1.7.5 As disposições dos subitens 5.1.7 a 5.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.



5.1.7.6 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.

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

5.1.9.1 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.

5.1.10 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 a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11 Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 5.1.10, 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, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

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

a) TV e Cinema: cópias em *Betacam*, e/ou DVD e/ou arquivos digitais;

b) Internet: cópias em CD;

c) Rádio: cópias em CD, com arquivos digitais;

d) Mídia impressa e material publicitário: cópias em CD, com arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados.

5.1.12 Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, mantida a exigência de apresentação de cópia em *Betacam* com a peça de TV.

5.1.13 Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (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 5.1.12.

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

5.1.14.1 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 5.1.12.

5.1.16.1 Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE até o prazo máximo de 3 (três) dias úteis após a realização do contato.

5.1.16.2 Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

5.1.17 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.



- 5.1.18** Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.
- 5.1.19** Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.
- 5.1.20** Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.
- 5.1.21** 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 art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.
- 5.1.22** Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.
- 5.1.23** Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.
- 5.1.24** Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
- 5.1.25** 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.
- 5.1.26** Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 5.1.27** 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.
- 5.1.28** 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.
- 5.1.29** 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.
- 5.1.30** 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.
- 5.1.31** 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.
- 5.1.31** 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.



5.1.32 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 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 CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados 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 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-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado, com anuência da Prefeitura Municipal de Imperatriz

7.1.1 Serão nomeados um **FISCAL** 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 CONTRATADA, objetivando sua imediata correção, com a anuência da Prefeitura Municipal de Imperatriz

7.1.1.1 Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá ao **FISCAL** verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados 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 irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

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 apresentadas 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.

7.10.1 Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao FISCAL deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

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

8.1.1 Com honorários de(.....), incidentes sobre os preços de serviços externos especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material, realizados por terceiros/fornecedores, sob supervisão da licitante.

8.1.3 Com honorários de(.....), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

8.1.4. Concedendo desconto de(.....) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Federação Nacional das Agências de Propaganda - FENAPRO, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA.

8.1.4.1 Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

8.1.4.2 A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços Federação Nacional das Agências de Propaganda, com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.4, acompanhada da tabela adotada pela Fenapro.

8.2 Os honorários de que tratam os subitens 8.1.1 a 8.1.3 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.3 A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

8.4 Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados 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.

8.4.1 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.



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

8.6 As formas de remuneração estabelecidas nesta Cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

9.1.1 O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 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 nas Cláusulas Oitava e Nona 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.

10.1.3 A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Federal, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

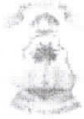
10.1.3.1 Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

10.2 Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores 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 nos subitens 10.2.1.1 a 10.2.3.

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(.....). 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 Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (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(.....). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.2.1 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 Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

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 a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

10.3 Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

10.4 A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no subitem 5.1.7.

10.5 A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I - a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contado da data do pagamento do serviço, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II - que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

III - que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

10.6A CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo Federal. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente à CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1 Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pela CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome da CONTRATANTE,, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito no Banco....., agência, conta-corrente:

II - a primeira via do documento fiscal do fornecedor ou do veículo;

III - os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega.



11.1.1 Os documentos de cobrança e demais informações necessários à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE, no seguinte endereço:

11.1.2 O **FISCAL** deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

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

I - serviços executados pela CONTRATADA:

a) intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

b) execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1.

II - serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

a) produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

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 incisos I, II e III do subitem 11.1;

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 incisos I, II e III do subitem 11.1;

d) veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, 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, nos termos do inciso III do subitem 11.5.

11.2.1 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.

11.2.2 Na ocorrência de falha local em uma programação em mídia eletrônica, rede nacional, 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.

11.2.3 Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, será conferido Fiscal do Contrato, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

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

11.4 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 - Revista: exemplar original;

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

III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.



11.4.1 Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 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 art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

I.1) como alternativa ao 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 a 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 incisos I e I.1 deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, 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 art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.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 art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.3 - Carro de Som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

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.

11.5.2 A CONTRATADA deverá apresentar, conforme o caso, Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria



da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional, e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

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

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

11.7 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 Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

11.7.1 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.

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

11.9 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.

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

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

11.9.2 O não cumprimento do disposto nos subitens 11.10 e 11.10.1 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.

11.9.2.1 Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contado da notificação da CONTRATANTE, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da CONTRATADA.

11.9.2.2 Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.10.2, 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 especializados ou ao veículo, conforme o caso.

11.9.2.3 Para preservar o direito dos fornecedores e veículos em receber com regularidade pelos serviços prestados e pela venda de tempos e ou espaços, 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 obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - 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 pela Prefeitura Municipal de Imperatriz;

II - caberá ao Presidente da Prefeitura Municipal de Imperatriz 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 desenvolvimento 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 serviço 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 a 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 60 (sessenta) meses:

a) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para a CONTRATANTE;

b) execução insatisfatória do objeto deste contrato, se antes tiver havido aplicação da sanção de



advertência ou multa, na forma dos subitens 13.3, 13.4 e 13.5 deste contrato;

II - 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 a 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 falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo 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 nº 8.666/1993, 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 aplicação 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: pelo Presidente da Prefeitura Municipal de Imperatriz por intermédio do Fiscal do Contrato;

b) suspensão do direito de licitar ou contratar com a CONTRATANTE: ao Presidente da Prefeitura Municipal de Imperatriz

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 art. 416 do Código Civil Brasileiro.

13.10 A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 8.666/1993, 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 TERCEIRA - RESCISÃO

14.1 O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/1993.

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 atingida 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;
- i) não comprovar a qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º da Lei nº 12.232/2010;
- j) deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.5.3, 11.10, 11.10.1 e 11.10.2.1.

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 QUARTA - 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 o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

15.2 A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial do Estado, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.

15.3 Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/1993, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

15.4 São assegurados à CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei nº 8.078, de 11.9.90 (Código de Defesa do Consumidor).

15.5 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 afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

15.6 As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas no sítio da CONTRATANTE na internet.

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

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - FORO

16.1 As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da cidade de Imperatriz – Maranhão. E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em 04 (quatro) vias.

Imperatriz (MA), de de .

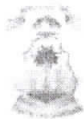
CONTRATANTE

CONTRATADA

Testemunhas:

Nome
CPF
Endereço

Nome
CPF
Endereço



ESTADO DO MARANHÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DE IMPERATRIZ



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 004/2023 – CPL

ANEXO VI

TABELA PREÇOS – FENAPRO/MARANHÃO