

EDITAL
PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAITINGA/CE
EDITAL DE TOMADA DE PREÇOS Nº 02.001/21 TP

Processo nº 02.001/21
Modalidade: Tomada de Preços
Data da Emissão: 05/04/2021
Data da Licitação: 07/05/2021
Hora da Licitação: 09h:00min.
Tipo de Licitação: Melhor Técnica
Regime de Execução: Indireto, Empreitada por Preço Global
Dotação Orçamentária: 0201.04.131.0070.2.008
Elemento de Despesas: 3.3.90.39.00
Unidade Administrativa: Gabinete do Prefeito

A Prefeitura Municipal de Itaitinga por intermédio de sua Comissão de Licitação torna público, para conhecimento dos interessados que em sua sala, na sede da Prefeitura Municipal, na Av. Cel. Virgílio Távora, 1710, Centro, Itaitinga/CE, fará realizar licitação, na modalidade Tomada de Preços, no tipo e regime supracitado, para atendimento do objeto desta licitação, observadas as disposições contidas na Lei Federal nº 8.666 de 21.06.93, suas alterações posteriores, Lei 12.232 de 29.04.10, legislações pertinentes e demais condições fixadas neste Edital, estando designado o dia 07 de Maio de 2021, às 09:00 horas, para recebimento dos envelopes contendo os documentos de Proposta Técnica e Proposta de Preços, na sala da Comissão Permanente de Licitação, observando-se as condições seguintes:

1. AQUISIÇÃO E EXAME DO EDITAL

1.1. O Edital, contendo todas as normas, orientações, procedimentos, relação de documentos a serem apresentados e demais elementos e informações indispensáveis à participação dos interessados nesta licitação, poderá ser examinado na sala da Comissão Permanente de Licitação nos dias úteis, das 08:00 às 12:00 horas, no endereço mencionado no Preâmbulo deste Edital.

1.2. A presente licitação fundamenta-se nas seguintes normas:

1.2.1. Lei nº 8.666/93, de 21 de junho de 1993, e suas alterações posteriores;

1.2.2. Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965;

1.2.3. Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010;

1.2.4. Lei Complementar nº 123/2006, de 14 de dezembro de 2006;

1.2.5. Decreto Federal nº 57.690, de 01 de fevereiro de 1966, com as normas padrão do Congresso Brasileiro de Propaganda, com as alterações do Decreto nº 4.563/02;

Observação: O edital do certame será disponibilizado mediante o recolhimento do custo de reprodução gráfica, aos cofres públicos, por meio de DAM (Documento de Arrecadação Municipal) à Conta Corrente nº 22.925-3, Agência nº 3880-6 - Banco do Brasil, para crédito da Prefeitura Municipal de Itaitinga, com supedâneo no § 5º, Art. 32, da Lei 8.666/93, para atender exclusivamente aos custos de reprodução, ou gratuitamente através de mídia ou dispositivo de armazenamento de dados ou através do site: www.tce.ce.gov.br e/ou www.itaitinga.ce.gov.br.

Na hipótese de ocorrer feriado ou outro fato impeditivo, a critério exclusivo da administração, que impeça a realização da Sessão Pública, fica a mesma adiada para o primeiro dia útil imediato, no mesmo horário e local.

1.2. No ato do recebimento deste Edital, deverão os interessados verificar o seu conteúdo, se o mesmo está completo, se as páginas contêm rasuras ou qualquer outro tipo de defeito ou erro de impressão que dificulte ou impossibilite a leitura e a interpretação das suas cláusulas e disposições.

1.2.1. Caso se verifique algumas das hipóteses de impedimento descritas, o interessado deverá manifestar-se incontinentemente e solicitar a substituição da informação defeituosa, oportunidade que se obriga a devolver o defeituoso ao responsável pela comissão de licitação, não sendo admitidas reclamações posteriores sobre eventuais problemas retrocitados.

2. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS

2.1 Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos na data e horário já indicado no preâmbulo deste edital.

2.1.1 A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 19, e na legislação.

2.2 Os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Permanente de Licitação. Os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das Propostas, nos termos do art. 6º, inciso I, c/c o art. 11, inciso XI, da Lei nº 12.232/2010.

3. OBJETO

3.1 Constitui o objeto da licitação a contratação de agência de publicidade e propaganda para a prestação de serviços de publicidade junto a Prefeitura Municipal de Itaitinga, compreendendo: conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, 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.

3.1.1 Também integram o objeto desta Tomada de Preços, 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 produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência Contratada;
- c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens em consonância com novas tecnologias.

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 Prefeitura Municipal de Itaitinga, 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 à inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

3.1.2 É vedado incluir outros serviços não previstos no subitem 3.1.1, em especial 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 Tomada de Preços serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

3.2.2 A agência atuará por ordem e conta da Prefeitura Municipal de Itaitinga, 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 de divulgação para a compra de tempo e ou espaço publicitários.

3.2.3 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 3.

4. RETIRADA DO EDITAL

4.1. Será retirado na Sede da Comissão Permanente de Licitação, localizada à Av. Cel. Virgílio Távora, 1710, Centro, Itaitinga/CE, ou em quaisquer das conformidades descritas no Item 1 do Edital, ou através do site: www.licitacoes.tce.ce.gov.br e/ou www.itaitinga.ce.gov.br.

5. INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

5.1 Esclarecimentos sobre esta Tomada de Preços serão prestados pela Comissão Permanente de Licitação, a qualquer tempo antes da data de apresentação das Propostas, exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

- por carta ou ofício: protocolizado na sede da Comissão Permanente de Licitação – CPL, localizada à Av. Cel. Virgílio Távora, 1710, Centro, Itaitinga/CE.

- pelo telefone nº (0xx85) 3377 1361.

- e-mail: licitacao@itaitinga.ce.gov.br.

- O atendimento presencial ocorrerá nos horários de 08h às 12h.

5.1.1 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos apenas por escrito, podendo ser encaminhado ao interessado através de e-mail.

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

5.1.1.2 A Comissão Permanente de Licitação dará conhecimento das perguntas e respostas a quaisquer interessados, que será disponibilizado no portal das licitações “www.licitacoes.tce.ce.gov.br” e no site da Prefeitura Municipal “www.itaitinga.ce.gov.br”.

5.1.2 Às licitantes interessadas cabe acessar o endereço da CPL para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre esclarecimentos referentes a este Edital.

6. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

6.1. Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por quaisquer irregularidades. O pedido de impugnação deverá ser protocolizado até 05 (cinco) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preços, de segunda a sexta-feira, das 8:00h às 12:00h, na Comissão Permanente de Licitação – CPL à Av. Cel. Virgílio Távora, 1710, Centro, Itaitinga/CE.

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 Técnica e de Preços, mediante solicitação por escrito e protocolizada no endereço e nos horários mencionados no subitem precedente.

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 ou neste Edital.

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

6.2.3. Poderá ser encaminhado a “Impugnação” através de *e-mail*, desde que identificado o Impugnante e que as informações estejam legíveis (sob pena de não recebimento), devendo a Impugnante comunicar a Comissão de Licitação.

7. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

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

7.2. Não poderá participar desta Tomada de Preços a agência de propaganda:

- a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Administração Pública;
- b) sob 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) empresas cujos integrantes façam parte da subcomissão técnica que atuará na análise das propostas técnicas;
- f) empresas que estejam reunidas sob a forma de consórcio, qualquer que seja a sua forma de constituição;
- e) que mantenham em seus quadros trabalhadores em condições análogas à de escravo.
- f) que mantenham vínculo seja direto ou indireto com a Prefeitura Municipal de Itaitinga.

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

7.4 A participação na Tomada de Preços implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o invólucro padronizado previsto no subitem 9.1.1.1 deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta Tomada de Preços; 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 Tomada de Preços, ressalvado que a Prefeitura Municipal de Itaitinga, 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 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, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembléia de eleição do dirigente, em ambos os casos, autenticada em cartório.

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. Na hipótese de apresentação por intermédio de procuração, deverá ser juntada a 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, na data, hora e local indicados no subitem 2.1 deste Edital.

9. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

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

Invólucro nº 1

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 Prefeitura Municipal de Itaitinga.

9.1.1.1.1 O Invólucro nº 1 padronizado deverá ser retirado pela interessada no horário de 08:00h às 12:00h no seguinte endereço: à Av. Cel. Virgílio Távora, 1710, Centro, Itaitinga/CE.

9.1.1.1.2 O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente e que tenha encaminhado o Termo de Recebimento do Edital.

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.

Invólucro nº 2

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:

**PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAITINGA/CE
A COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
TOMADA DE PREÇOS Nº 02.001/21 TP
INVÓLUCRO Nº 2 - PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO
PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA
NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE**

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.

9.1.2.3 O Invólucro nº 2 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

Invólucro nº 3

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:

**PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAITINGA/CE
A COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
TOMADA DE PREÇOS Nº 02.001/21 TP
INVÓLUCRO Nº 3 - PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO,
REPERTÓRIO
E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**



NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE

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 que 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 Permanente de Licitação acondicionada no Invólucro nº 4.

Invólucro nº 4

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

PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAITINGA/CE
A COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
TOMADA DE PREÇOS Nº _____
INVÓLUCRO Nº 4 - PROPOSTA DE PREÇOS
NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE

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.

10.1.3 O Invólucro nº 4 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 4.

11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada em 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

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, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
- com espaçamento de 02 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, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página, a partir da primeira página interna;
- em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco;
- sem identificação do licitante;
- acondicionado no invólucro nº 1 a ser fornecido pela Comissão Permanente de Licitação;

11.2.1 Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e ou tabelas, observadas a seguintes regras:

a) poderão ser editados em cores;

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 problema 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 previr 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 finalizados em caso de não mídia;

d) apresentados como parte de um *kit* serão computados individualmente no limite de que trata a alínea 'a' do subitem 11.3.3.3.

11.3.3.3.1 Reduções e variações de formato serão consideradas como peças.

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 e acondicionados em caixas de acrílico transparente sem qualquer identificação, 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 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 *pass-partout*, observado o disposto no subitem 11.2.4.1. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

11.3.3.3.5 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 novas peças;

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

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 11.3.3.3.2.

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

11.2.3.1 As tabelas, gráficos e planilhas desse subquesto poderão ser apresentados em papel A3 dobrado.

11.2.4 Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Idéia 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 08 (oito) 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 Tomada de Preços, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

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*, observadas as seguintes disposições:

11.3.1 Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Itaitinga, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o problema específico de comunicação a ser enfrentado, expresso no *Briefing*;

11.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o problema específico de comunicação a ser enfrentado, expresso no *Briefing*, e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela Prefeitura Municipal de Itaitinga, 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;

- c) peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – *outdoor*, envelopamento de veículos, adesivagem de *fingers* – entre outros), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um *hotside* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- e) um filme e o *hotside* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) um *banner* e o *hotside* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- g) um *hotside* cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotside*, será considerado uma peça.

11.3.3.3.6 Na apresentação de proposta de *hotside* a que se refere à alínea 'g' do subitem 11.3.3.5, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

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* (Item Verba), sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
- a) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou materiais destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

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.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

11.4 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da idéia 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.

Capacidade de Atendimento

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;

b) a sistemática de atendimento com indicação dos prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

c) 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 Itaitinga, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

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 concebido e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

11.8.1 A licitante deverá apresentar 05 (cinco) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.2 Peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen-drive.

11.8.3 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.

11.8.4 Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

11.8.5 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior a 05 (cinco), 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.

11.8.6 Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver 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.

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

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.9.1 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.

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 um relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da 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 Itaitinga anteriormente.

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 do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

11.10.3 É permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

- a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen-drive;
- b) 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;
- c) para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

11.10.4 Se apresentadas soltas, as peças gráficas poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

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 Itaitinga nos contextos social, político e econômico;



- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Itaitinga com seus públicos;
- c) das características da Prefeitura Municipal de Itaitinga e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) do problema específico de comunicação, expresso no *Briefing*, a ser enfrentado pela Prefeitura Municipal de Itaitinga;
- f) das necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Itaitinga para enfrentar o problema específico de comunicação.

12.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da comunicação da Prefeitura Municipal de Itaitinga e a seu desafio 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 Itaitinga com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da Prefeitura Municipal de Itaitinga;
- 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 Itaitinga, o mercado no qual se insere, o problema específico de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ela desejadas e a verba disponível.

12.2.1.3 Idéia Criativa

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação da Prefeitura Municipal de Itaitinga;
- 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 Itaitinga 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 apresentado;
- 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 Itaitinga;
- 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.

12.2.1.5 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 Itaitinga;
- 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 Itaitinga e a licitante e o fluxo de trabalho esquematizado na proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, dos públicos e das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Itaitinga, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

12.2.1.6 Repertório

- a) 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.

12.2.1.7 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:

- a) Plano de Comunicação Publicitária: 75 (setenta e cinco)
 - a1) Raciocínio Básico: 15 (quinze)
 - a2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)
 - a3) Idéia Criativa: 25 (vinte e cinco)
 - a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)
- b) Capacidade de Atendimento: 15 (quinze)
- c) Repertório: 05 (cinco)
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 05 (cinco)

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 Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota.

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 12.2.1.5. a 12.2.1.7.

12.5 Em caso de empate será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 12.2.1.1, 12.2.1.2, 12.2.1.3 e 12.2.1.4.

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, 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) 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;
- c) elaborada em dois documentos distintos, descritos nos subitens 13.2 e 13.3.

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

13.3 A licitante deverá elaborar Declaração na qual:

- a) estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura Municipal de Itaitinga:
 - a1) 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;
 - a2) 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 a Prefeitura Municipal de Itaitinga 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 IV).

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 III, 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 do Sindicato das Agências de Propaganda do Ceará, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;
- b) percentual de honorários superior a 5 % (cinco 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 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) percentual de honorários superior a 15 % (quinze por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

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

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

14.5.1 A Comissão Permanente Licitação 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	$P1 = 1,0 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'b' do subitem 14.3	$P2 = 5,0 \times (5,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'c' do subitem 14.3	$P3 = 5,0 \times (15,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'd' do subitem 14.3	$P4 = 5,0 \times (15,0 - \text{Honorários})$
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 "%".	

14.5.2 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: $P = P1 + P2 + P3 + P4$.

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

14.5.3.1 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 referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores;

d) 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.

15 JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

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

15.2 Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas a licitante que obtiver a maior nota no julgamento da Proposta Técnica – observado o disposto nos subitens 12.5 e 12.6 deste Edital e que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar 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 apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, em dia, hora e local por ela estipulados.

16.1.1. Poderá participar do presente certame licitatório, pessoa jurídica devidamente cadastrada na Prefeitura Municipal de Itaitinga/CE, ou não cadastrada, que atender a todas as condições exigidas para cadastramento até o terceiro dia anterior à data do recebimento das propostas, observada a necessária qualificação.

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

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

**PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAITINGA/CE.
A COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
TOMADA DE PREÇOS Nº 02.001/21 TP
INVÓLUCRO Nº 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE**

16.1.4 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. Todos os documentos de habilitação deverão estar válidos na data de apresentação do Invólucro nº 5, conforme convocação da Comissão de Licitação.

16.1.5 Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionadas em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados, alternativamente: em original, em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão Permanente de Licitação, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Permanente de Licitação.

16.1.6 Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação na forma prevista nos subitens 16.2.1 a 16.4, e ainda:

16.6.1 Certificado de Registro Cadastral – CRC emitido pela Prefeitura Municipal de Itaitinga, dentro do prazo de validade e compatível com o objeto da licitação, nos termos do art. 22, § 2º da Lei nº 8.666/93.

16.2.1. Relativos à Habilitação Jurídica:

- a) registro comercial, no caso de empresário;
- b) ato constitutivo, estatuto ou Contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documento de eleição de seus administradores;
 - b.1) os documentos de que trata a alínea anterior, deverão estar acompanhados de todas as alterações salvo-se, se houver consolidação dos documentos;
- c) decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização, para funcionamento expedido por órgão competente, quando a atividade assim o exigir;
- d) inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de administração em exercício;
- f) documento de identidade (com foto) e CPF do(s) sócio(s);



16.2.2 Regularidade Fiscal e Trabalhista

- a) Prova de inscrição do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ/MF;
- b) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes da Fazenda Estadual e no da Fazenda Municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto a ser Contratado;
- c) prova de regularidade com a Fazenda Federal (Certidão Negativa ou Positiva com efeito de negativa de Débitos de Tributos e Contribuições Federais, emitida pela Secretaria da Receita Federal – SRF, Certidão quanto à Dívida Ativa da União emitida pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional – PGFN e Contribuições Sociais nos termos das alíneas ‘a’ a ‘d’ do parágrafo único do art. 11 da Lei nº 8.212, de 24 de julho de 1991), e com a Fazenda Estadual e a Municipal, do domicílio ou sede da licitante, na forma da lei;
- d) Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), emitida pela Caixa Econômica Federal e em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação, demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;
- e) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa;

16.2.2.1 Será considerada como válida pelo prazo de 60 (sessenta) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento.

16.2.3 Qualificação Técnica

- a) Atestado de capacidade técnica, expedidas por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem que a licitante prestou ou está prestando serviços compatíveis com os do objeto desta Tomada de Preços. O presente atestado deverá vim com firma reconhecida em cartório do declarante.
- b) Cópia autenticada do Certificado de Qualificação Técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232, de 2010, art. 4º e seu § 1º, obtida perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);
- c) Comprovante de registro ou inscrição da licitante na entidade profissional competente: Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial ou Associação Brasileira de Agências de Publicidade – ABAP, para atendimento no art. 30, inciso I, da Lei 8.666;

16.2.4 Qualificação Econômico-financeira

- a) Certidão Negativa de concordata ou recuperação judicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da pessoa jurídica, emitida em até 30 (trinta) dias corridos antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
- b) Balanço patrimonial e demais demonstrações contábeis do último exercício social da empresa licitante, já exigíveis e apresentados na forma da Lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios podendo ser atualizados pelos índices oficiais quando encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação da proposta, devidamente registrado no órgão competente e assinado por profissional contábil, registrado no Conselho Regional de Conselho de Contabilidade, que comprovem a boa situação financeira da empresa, acompanhado do termo de abertura e encerramento do livro diário, todos, devidamente registrado na Junta Comercial ou em outro órgão competente.

b1) Entenda-se por “na forma da lei”:

I - Sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído (art. 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº 486/1969);

II - Sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante e

publicado em Diário Oficial e em Jornal de grande circulação (art. 289, caput e § 5º, da Lei nº 6.404/1976);

III - Sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro na Junta Comercial.

b2) A licitante com menos de um ano de existência, que ainda não tenha balanço, deverá apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do responsável por sua contabilidade e a indicação do nome deste e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade, devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da licitante: balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação e balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

b3) Caso a empresa licitante utilize o Sistema Público de Escrituração Digital (SPED), deverá trazer o balanço patrimonial autenticado também pela Junta Comercial, conforme entendimento constante no Parecer nº 13/2017 de 22 de agosto de 2017, da lavra do Procurador Autárquico da Junta Comercial do Estado do Ceará – JUCEC ou outro órgão competente.

16.2.4.1 A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

a) do balanço referido na alínea 'b' do subitem 16.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

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

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

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

a) das demonstrações contábeis referidas na alínea 'b2' do subitem 16.2.4, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

$$S = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Exigível Total}}$$

16.2.4.2 Os índices de que tratam as alíneas 'a' e 'b' do subitem 16.2.4.1 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

16.2.5 A licitante também deverá incluir no Invólucro nº 5 declaração firmada conforme o modelo a seguir:

b) Declaração sobre trabalho do menor, na forma do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição.

Declaração Que Não Emprega Menor
Referente TOMADA DE PREÇOS N° 02.001/21 TP

_____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por intermédio de seu representante legal _____, portador(a) da Carteira de Identidade nº _____, inscrito(a) no CPF sob o nº _____, DECLARA, para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666, de 21.6.1993, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesesseis) anos.

(se for o caso acrescentar texto a seguir)

Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (catorze) anos, na condição de aprendiz.

_____, em ___ de _____ de ____

(repres. legal da licitante, no âmbito da licitação, c/ ident. completa)

16.2.6 A licitante deverá ainda incluir no Invólucro nº 5 Declaração de Elaboração Independente de Proposta, conforme modelo a seguir:

Declaração de Elaboração Independente de Proposta
Referente TOMADA DE PREÇOS N° 02.001/21 TP

- (Identificação completa do representante da licitante), como representante devidamente constituído de (Identificação completa da licitante) doravante denominada Licitante, para fins do disposto no subitem 16.2.6 do Edital (completar com identificação do edital), declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:
- a proposta apresentada para participar da (identificação da licitação) foi elaborada de maneira independente pela Licitante, e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato da (identificação da licitação), por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar da (identificação da licitação) não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da (identificação da licitação), por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato da (identificação da licitação) quanto a participar ou não da referida licitação;
- que o conteúdo da proposta apresentada para participar da (identificação da licitação) não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato da (identificação da licitação) antes da adjudicação do objeto da referida licitação;
- que o conteúdo da proposta apresentada para participar da (identificação da licitação) não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do órgão responsável pela licitação antes da abertura oficial das propostas; e
- que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

_____, em ___ de _____ de ____

(repres. legal da licitante, no âmbito da licitação, c/ ident. completa)

16.3 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 a licitante tiver filial, todos os Documentos de Habilitação deverão estar ou em nome filial, dependendo de quem é a licitante, salvo aqueles documentos que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz, podendo ser usado para a filial.

16.4. Poderá ainda, a Comissão de Licitação, através da consulta simplificada no site “www.certidoes-apf.apps.tcu.gov.br”, obter as seguintes informações:

16.4.1. Consulta ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS) da Controladoria Geral da União – CGU;

16.4.2. Consulta ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade do Conselho Nacional de Justiça – CNJ;

16.4.3. Consulta à lista de inidôneos do Tribunal de Contas da União;

16.4.4. Consulta ao Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP).

17 DA ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1 A Comissão Permanente de Licitação analisará os Documentos de Habilitação de todas as licitantes que atenderem ao disposto no item 16 e julgará habilitadas todas as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

17.2 Se nenhuma licitante restar habilitada, a Prefeitura Municipal de Itaitinga poderá nos termos do art. 48, §3º da Lei 8.666/93 reabrir 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 08 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência, da economicidade e da razoabilidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

17.3. A Comissão de Licitação, no curso do processo, poderá solicitar/diligenciar quaisquer documentos/informações para fins de verificação e veracidade das informações apresentadas, devendo a licitante apresentar no prazo de até 48 (quarenta e oito horas) as informações solicitadas, sob pena de desclassificação.

18 DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

18.1 Esta Tomada de Preços será processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, que serão efetuadas por subcomissão técnica, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008.

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 Pelo tempo 01 (um) dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal de Itaitinga.

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, previamente cadastrados pela Prefeitura Municipal de Itaitinga.

18.3.1 A relação dos nomes referidos no subitem 18.3 deste Edital será publicada pela Comissão Permanente de Licitação no Diário Oficial do Município, 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 Prefeitura Municipal 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 Itaitinga, nos termos dos subitens 18.2.1 e 18.3.

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

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 de justificativa para a exclusão.

18.3.5 Admitida à 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 DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

19.1 Serão realizadas 04 (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 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 e a subcomissão técnica, conforme o caso poderão, no interesse da Prefeitura Municipal de Itaitinga, releva omissões puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Tomada de Preços e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão Permanente de Licitação.

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 Tomada de Preços, 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 ou a subcomissão técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

19.1.8 A Comissão Permanente de Licitação 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 Tomada de Preços – 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 Prefeitura Municipal de Itaitinga providenciará sua destruição.

Primeira Sessão

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 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 Permanente de Licitação 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 Permanente de Licitação, 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, 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 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 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 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.

19.2.5 Se houver manifestação expressa de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela Comissão Permanente de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade de acordo com o previsto no subitem 19.2.6 e seguintes. Caso contrário a Comissão Permanente de Licitação divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo de 05 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos;

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 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, 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 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, 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.

Segunda Sessão

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 Permanente de Licitação 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 identificadas (Invólucro nº 1) com as vias não 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 deste Edital, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, 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.

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.

Terceira Sessão

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 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 nº4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação 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 a licitante mais bem-classificada na fase da Proposta Técnica – caso não tenha 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;
- h) declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços a licitante mais bem-classificada na Proposta Técnica que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar 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 de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a', da Lei nº 8.666/1993.

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 III. Portanto, os percentuais de que tratam os subitens 10.2.1.1 e 19.4.2 da minuta de contrato (Anexo IV) 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.

Quarta Sessão

19.3 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, 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 Permanente de Licitação 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:
 - e1) o resultado da habilitação;

e2) 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 05 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei nº 8.666/1993;

e3) que será publicado na forma do item 21 deste Edital o nome da licitante vencedora desta Tomada de Preços, 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 DA ADJUDICAÇÃO E DA HOMOLOGAÇÃO

20.1. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Prefeitura Municipal de Itaitinga homologará ou não o resultado desta Tomada de Preços e, assim aprovará ou não a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora, observado o disposto no subitem 29.12 deste Edital.

21 DA DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

21.1 A juízo da Comissão Permanente de Licitação, todas as decisões referentes a esta Tomada de Preços poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Município é obrigatória, salvo-se as exceções previstas em lei.

- 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 DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22.1 Eventuais recursos referentes à presente Tomada de Preços deverão ser interpostos no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida a Prefeitura Municipal de Itaitinga, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, no endereço mencionado no subitem 2.1.

22.2 Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis.

22.3 Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Permanente de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) a autoridade superior, que decidirá em 05 (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 ou impugnações até o seu término, vista ao processo desta Tomada de Preços, em local e horário a serem indicados pela Comissão Permanente de Licitação.

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 – motivadamente e se houver interesse para a Prefeitura Municipal de Itaitinga atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

23 DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

23.1 As despesas decorrentes desta Tomada de Preços, estimada no valor de R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais), no período de até 12 (doze) meses, ocorrerão à conta de dotação orçamentária consignada no orçamento da Prefeitura Municipal de Itaitinga, na classificação abaixo, ficando a mesma programação para o(s) exercício (s) subsequente(s):

- Prefeitura Municipal de Itaitinga

Programa: 0201.04.131.0070.2.008

Elemento de Despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica.

23.3 Se a Prefeitura Municipal de Itaitinga 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.

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

24 CONDIÇÕES CONTRATUAIS

24.1 A licitante vencedora terá o prazo de até 15 (cinco) dias, contado a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo IV, bem como para apresentar a garantia prevista no subitem 25.1 deste Edital.

24.1.1 Se a licitante vencedora não comparecer, nos prazos estipulados no subitem 24.1, para assinar o contrato e não apresentar o comprovante da prestação da garantia contratual, a Prefeitura Municipal de Itaitinga 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 Tomada de Preços, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.

24.2 Antes da celebração do contrato, a Prefeitura Municipal de Itaitinga realizará consulta ao cadastro de créditos não quitados do setor público municipal.

24.3 O prazo de vigência e de execução do contrato será até 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado, nos termos do art. 57 da Lei nº 8.666/93.

24.3.1 Esse prazo poderá ser prorrogado, a juízo da Prefeitura Municipal de Itaitinga, mediante acordo entre as partes, nos termos do Inciso II do art. 57 da Lei nº 8666/1993, tendo validade e eficácia legal após a publicação do seu extrato resumido no Diário Oficial e nos meios de comunicação os quais o processo encontra-se vinculado, sendo que a esta consignará em seus orçamentos respectivos as dotações futuras necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

24.4 A Prefeitura Municipal de Itaitinga 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 IV) sem que assista à Contratada qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei nº 8.666/1993 e no contrato a ser firmado entre as partes, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.

24.5 A rescisão do contrato acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da Prefeitura Municipal de Itaitinga, a retenção dos créditos decorrentes do contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste Edital e em lei, até a completa indenização dos danos.

24.6 À Contratada poderão ser aplicadas as sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/1993 e no contrato a ser firmado entre as partes.

24.7 No interesse da Prefeitura Municipal de Itaitinga, as Contratadas ficam obrigadas 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.

24.8 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.

24.9 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.

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

24.11 A Contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta Tomada de Preços, que envolva o nome da Prefeitura Municipal de Itaitinga, se houver expressa autorização desta.

24.12 É vedado à Contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente Tomada de Preços para qualquer operação financeira.

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

24.14 A Prefeitura Municipal de Itaitinga avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela Contratada, nos termos do subitem 7.11 da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo IV).

24.15 A Contratada centralizará o comando da publicidade da Prefeitura no município do Itaitinga ou em Fortaleza, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. A seu juízo, 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.

24.16 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 Tomada de Preços e, quando for o caso, a Proposta de Preços com ela negociada.

25 DA GARANTIA DE CONTRATO

25.1 Será exigida, para a assinatura do contrato, prestação de garantia em favor da Prefeitura Municipal de Itaitinga, correspondente a 2% (dois por cento) do valor global mencionado no subitem 23.1 deste Edital, em uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.666/1993, à escolha da licitante vencedora:

- a) caução em dinheiro;
- b) seguro-garantia;
- c) fiança bancária;

25.2 Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente em banco determinado pela Contratante a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do § 4º do art. 56 da Lei nº 8.666/1993.

25.3 Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:

- a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de trinta dias;
- b) a apólice deverá indicar a Prefeitura Municipal de Itaitinga como beneficiária;
- c) a apólice deverá conter cláusulas de atualização financeira;
- d) não será aceita apólice que contenha cláusula contrária aos interesses da Prefeitura Municipal de Itaitinga.

25.4 Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:

- a) prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de trinta dias;
- b) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento a Prefeitura Municipal de Itaitinga, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
- c) renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro;
- d) cláusula que assegure a atualização do valor afiançado, de acordo com o previsto neste Edital.

25.5 A garantia prestada pela Contratada será liberada ou restituída após o término da vigência do contrato, no prazo de até 30 (trinta) dias, contados da respectiva solicitação, mediante a certificação pelo fiscal do contrato de que os serviços foram realizados a contento.

25.6 Se o valor da garantia for utilizado em pagamento de quaisquer obrigações, inclusive indenização a terceiros, a Contratada se obriga a fazer a respectiva reposição, no prazo máximo e improrrogável de 15 (quinze) dias, a contar da data em que for notificada pela Prefeitura Municipal de Itaitinga.

25.7 Sem prejuízo das sanções previstas na Lei e neste Edital, a não prestação da garantia exigida será considerada como recusa injustificada em assinar o contrato, implicando sua imediata rescisão.

25.8 Se houver acréscimo ao valor do contrato, a Contratada se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, a contar da data que for notificada pela Prefeitura Municipal de Itaitinga.

25.9. A garantia não poderá ser substituída por quaisquer outra, salvo-se, a garantia a ser apresentada for mais benéfica para a Administração desde que devidamente autorizada pela Contratante e com as devidas justificativas.

25.10. No caso da prorrogação do contrato, a Contratada deverá apresentar as mesmas garantias, nos termos e condições de apresentação da garantia, conforme instrumento convocatório.

26 DA REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

26.1 A remuneração à Contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da minuta de contrato (Anexo IV), 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.

26.2 A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da minuta de contrato (Anexo IV).

27 DA FISCALIZAÇÃO

27.1 A Prefeitura Municipal de Itaitinga nomeará um Fiscal titular e um substituto para executar a fiscalização dos contratos resultantes desta Tomada de Preços 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 IV).

28 DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

28.1 O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela Contratada, sem justificativa aceita pela Prefeitura Municipal de Itaitinga, 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 IV).

28.2 Se a licitante vencedora se recusar a assinar o contrato, a constituir a garantia contratual ou a não manutenção das condições de habilitação, a ponto de inviabilizar a contratação, a Prefeitura Municipal de Itaitinga lhe aplicará multa compensatória de 10% (dez por cento), calculada sobre o valor total estimado da contratação, além de poder aplicar-lhe outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/1993.

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

29 DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

29.1 É facultada à Comissão Permanente de Licitação ou autoridade superior, em qualquer fase desta Tomada de Preços, 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.

29.1.1 A Comissão Permanente de Licitação ou autoridade superior deverão 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.

29.2 A Comissão Permanente de Licitação, 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 Tomada de Preços.

29.3 Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada se a Prefeitura Municipal de Itaitinga tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

29.3.1 Se ocorrer à desclassificação da licitante vencedora por fatos referidos no subitem precedente, a Prefeitura Municipal de Itaitinga poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta Tomada de Preços.

29.4 Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com uma contratante não restar prorrogado, por conveniência da administração, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, a Prefeitura Municipal de Itaitinga poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação verificada nesta Tomada de Preços, para dar continuidade à execução do objeto, desde que concordem com isso e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

29.5 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, desde que previamente aprovada pela Prefeitura Municipal de Itaitinga.

29.6 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.

29.7 A Comissão Permanente de Licitação poderá, no interesse da Prefeitura Municipal de Itaitinga, relevar omissões puramente formais nos Documentos e Propostas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Tomada de Preços e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão Permanente de Licitação.

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

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

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

29.11 Quaisquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão Permanente de Licitação no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

29.12 Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta Tomada de Preços 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.

29.13 A Prefeitura Municipal de Itaitinga poderá rescindir os respectivos contratos, independentemente de interpeção 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.

29.14 Antes da data marcada para a abertura dos invólucros com as Propostas e os Documentos de Habilitação, a Comissão Permanente de Licitação, poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, alterar este Edital e seus anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação dos Documentos

e Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

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

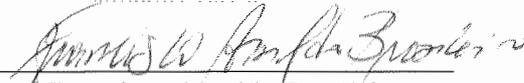
29.16 A agência de publicidade vencedora do certame, à época de subcontratação de serviços, deve verificar a regularidade fiscal das empresas que os executarão.

29.17 As questões suscitadas por este Edital que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Fórum de Itaitinga/CE, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, salvo nos casos previstos no art. 102, I, 'd', da Constituição Federal.

29.18 Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) Anexo: Projeto Básico de Publicidade;
- b) Anexo II: *Briefing*;
- c) Anexo III: Modelo de Procuração;
- d) Anexo IV: Planilha de Preços Sujeitos a Valoração;
- e) Anexo V: Minuta de Contrato;
- f) Anexo VI: Tabela Atualizada de Custos Internos Sinapro Ceará.

Itaitinga/CE, 05 de Abril de 2021



Francisco Arnaldo Brasileiro
Presidente da Comissão de Licitação

ANEXO I - PROJETO BÁSICO DE PUBLICIDADE TOMADA DE PREÇOS Nº 02.001/21 TP

1. DO OBJETO

O objeto da presente licitação é a contratação de agência de publicidade e propaganda para a prestação de serviços de publicidade junto a Prefeitura Municipal de Itaitinga, compreendendo: 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.

1.1. Também integram o objeto desta Tomada de Preços, 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 produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

1.2. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Itaitinga, 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 à inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

2. DO OBJETIVO

Para cumprir o preceito legal de garantir ampla publicidade dos atos do poder público, a Prefeitura Municipal de Itaitinga, precisa contar com a parceria de uma agência de publicidade que contribua para a qualificação da sua comunicação institucional e de serviços. A divulgação das ações da Prefeitura é necessária e indispensável para o acompanhamento e controle social da atividade pública no Município.

A comunicação publicitária dos serviços públicos e ações da administração municipal é uma necessidade que se manifesta na rotina da comunidade, mas também em momentos que exigem a mobilização dos cidadãos. A boa comunicação aproxima a Prefeitura da comunidade, permitindo a identificação das reais demandas sociais e a escolha acertada de prioridades. Para tanto, deve ser pensada e trabalhada como um esforço de mão dupla que permite a cada segmento da gestão municipal informar e se informar com a comunidade.

O objetivo da contratação de serviços publicitários é atender, portanto, à necessidade contínua de dar identidade às ações do poder público e divulgar de forma direta os serviços oferecidos, mantendo a comunidade informada das atividades. Caberá à agência de publicidade a criação de campanhas e peças publicitárias e de propaganda e a escolha dos veículos mais adequados para sua difusão, entre outras ações que visem compatibilizar os valores do poder público com o município. A comunicação publicitária deverá ter articulação sincronizada com as ações promovidas pela Prefeitura de Itaitinga, assim como aquelas desenvolvidas pelos governos estadual e federal cujo foco será o município. As campanhas publicitárias deverão ter caráter educacional, mobilizador e também de valorização dos serviços e do patrimônio público.

3. DOS CONCEITOS

A Prefeitura de Itaitinga possui uma série de desafios que precisam ser enfrentados a nível de administração pública. O estado atual da gestão apresenta falhas em todas as áreas, passando pela saúde, educação, cultura, esporte, desenvolvimento social dentre tantos outros. Uma nova forma de

gestão pública será praticada a partir de agora, muito mais aproximado até das gestões privadas. Isso irá representar, em um curto e médio prazo, um avanço significativo nos índices municipais. E é neste ponto que a comunicação passa a ganhar relevância.

Considerando que a comunicação publicitária é estratégica para a consolidação de um novo modelo de gestão pública, onde a informação é elemento fundamental na construção de uma nova realidade, o trabalho a ser proposto para Prefeitura Municipal de Itaitinga deverá ater-se aos três seguintes conceitos:

- **Transparência** – Em tempos de democracia, é obrigação das administrações públicas prestar contas com a comunidade. Além do valor ético, existem mecanismos legais que cobram transparência dos administradores. Com uma gestão transparente, a administração ganha a confiança e credibilidade da população – construindo uma relação sólida de parceria, fundamental para o desenvolvimento.
- **Marketing Público** – A divulgação de ações desenvolvidas funciona como uma estratégia de gestão. Se projetos em andamento não são divulgados, abre-se a possibilidade da população não tirar deles o melhor proveito e, assim, as ações não surtirem o efeito desejado.
- **Visão de Futuro** – Uma determinada administração não deve limitar-se ao mandato pois é preciso cultivar, entre os gestores e junto à população, a idéia de um desenvolvimento sólido. A publicidade é um instrumento estratégico da administração pública que favorece a mobilização da sociedade em torno de grandes temas de interesse do município.

4. DOS TIPOS DE PUBLICIDADE

Apresentados os conceitos, a comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Itaitinga deve estar orientada pelas seguintes premissas:

Publicidade Institucional

Deverá ser feita, com o objetivo de divulgar informações sobre atos, obras e programas do Município, e principalmente sobre a aplicação do recurso público, de forma mais transparente possível, sempre prestando contas a população dos recursos públicos Municipais e quais as metas e resultados obtidos.

- **Unidade e Integração** – a comunicação publicitária deverá ser homogênea e integrada entre todas as secretarias e órgãos municipais, evitando desperdícios de esforços e recursos de propaganda e mantendo a unidade da imagem da Prefeitura.
- **Consolidação da Imagem** – o conceito administrativo da Prefeitura Municipal de Itaitinga deverá ser inserido através da marca gráfica e de sua complementação conceitual, quando houver, em todas as peças e campanhas publicitárias.
- **Prestação de Contas** – a população deve ser sempre informada, de forma clara e transparente, de todos os esforços empreendidos pela Prefeitura na realização de obras e ações administrativas executadas ou a executar, voltadas a atender ao desenvolvimento da população de Itaitinga.
- **Parceria** – a comunicação publicitária deve priorizar ações que estimulem a integração com cidadãos, profissionais, instituições, programas e eventos, visando a melhoria da qualidade de vida idealizada pela administração municipal.

Publicidade de Utilidade Pública

Deverá ser feita com a divulgação de campanhas preventivas, educativas e informativas de interesse público, tais como; vacinação infantil; dengue; matrícula escolar; combate à evasão escolar; valorização do servidor público; preservação do meio ambiente; preservação do patrimônio público, devendo ser realizada como parte da conquista das melhorias sociais traçadas pela Prefeitura, transmitindo mensagens que possam auxiliar no desenvolvimento comunitário e individual, melhorando a qualidade de vida da população, devendo:

- Vincular-se a objetivos sociais de inquestionável interesse público, sempre assumindo caráter educativo, informativo ou de orientação social;

- 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;
- expressar-se com objetividade e clareza;
- utilizar linguagem de fácil entendimento pelo cidadão.

Publicidade Mercadológica

Deverá ter como foco o Município e suas potencialidades para a atração de instalação de Indústrias, promovendo o Município como um Pólo Industrial, mostrando:

- sua estrutura;
- sua capacidade e porte para receber filiais das maiores indústrias nacionais;
- os benefícios tributários, Federais, Estaduais e Municipais, concedidos para a instalação de Indústrias no Município de Itaitinga.

Entre as principais campanhas a serem desenvolvidas para a Prefeitura Municipal de Itaitinga estão: datas comemorativas; atração de indústrias; valorização da cultura local; campanhas de utilidade pública; campanha de preservação do patrimônio, entre outras.

5. DO ORÇAMENTO BÁSICO

A verba global publicitária disponibilizada para o presente projeto será de R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais).

6. DA ORIGEM DOS RECURSOS

Os recursos serão da Prefeitura Municipal de Itaitinga, consignados na dotação orçamentária nº Unidade Orçamentária: 0201.04.131.0070.2.008. Elemento de despesa: 3.3.90.39.00 – outros serviços de terceiros pessoa jurídica, com utilização de recursos do próprio município.

7. DO CRONOGRAMA FÍSICO – FINANCEIRO

Os pagamentos serão realizados por campanha, peça executada ou ação desenvolvida, em acordo com a planilha de cada uma.

O presente Projeto Básico tem como finalidade nortear a contratação de uma agência de publicidade para prestar serviços no município de Itaitinga, por um período de até 12 (doze) meses, e foi feito de acordo com as informações prestadas pela Prefeitura Municipal de Itaitinga.

- Cuidar da imagem da Prefeitura Municipal de Itaitinga;
- Fortalecer a credibilidade da Prefeitura;
- Promover a interatividade entre a Prefeitura e o público;
- Divulgar as ações e propósitos da Prefeitura Municipal de Itaitinga;
- Integrar iniciativas a linguagem e as iniciativas de comunicação dos vários segmentos da gestão municipal;
- Contribuir para o desenvolvimento da responsabilidade sócio-ambiental;
- Contribuir para a educação de jovens e crianças para a cidadania;
- Posicionar o Município como agente do desenvolvimento social e econômico;
- Cumprir a obrigação legal do Poder Público de informar seus atos;
- Educar e conscientizar para preservação do patrimônio público.

8. DA VIGÊNCIA CONTRATUAL

8.1 O prazo de vigência e de execução do contrato será até 12 (doze) meses, contados a partir da emissão da assinatura do contrato, podendo ser prorrogado.

8.1.1 Esse prazo poderá ser prorrogado, a juízo da Contratante, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8666/1993, tendo validade e eficácia legal após a publicação do seu extrato resumido, podendo a Prefeitura consignará em seus orçamentos respectivos as dotações futuras necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

8.1.2 A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da Contratada, a ser procedida pela Contratante.

9. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

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

9.1.2 Centralizar o comando da publicidade da Contratante em Itaitinga ou Fortaleza, onde, para esse fim, manterá escritório. A seu juízo, 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 às condições previamente acordadas.

9.1.2.1 A Contratada deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados a Contratante.

9.1.3 Realizar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela Contratante.

9.1.4 Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da Tomada de Preços que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela Contratante.

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

9.1.5.1 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.

9.1.5.1.1 O disposto no subitem 9.1.5.1 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.

9.1.5.2 O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido a Contratante, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

9.1.5.3 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.

9.1.5.3.1 O desrespeito ao disposto no subitem 9.1.5.3 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 no caput do art. 87 da Lei nº 8.666/1993.

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

9.1.7 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados a 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 pela Contratante, aptos a fornecerem à Contratada bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

III - apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre integrantes do cadastro de fornecedores 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 completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável;

VI - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de inscrição do fornecedor no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

9.1.7.1 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.

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

9.1.7.3 Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a Contratada deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, ao Fiscal deste contrato.

9.1.7.4. 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.

9.1.7.5 Cabe à Contratada informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas no Contrato para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

9.1.7.6 As disposições do subitem 9.1.7 a 9.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.

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

9.1.8.1 A contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a Contratada ou seus empregados tenham participação societária, direta ou indireta, ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar a Contratante esse vínculo e obter sua aprovação.

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

9.1.9.1 A Contratada só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da Contratante, se previamente o identificar e tiver sido por ele expressamente autorizada.

9.1.10 Apresentar a 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, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

9.1.11 Apresentar a Contratante, como alternativa ao subitem 9.1.10, 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, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

9.1.11.1 O estudo de que trata o subitem 9.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação da Contratante, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a Contratada.

9.1.11.1.1 O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 9.1.11.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 6 (seis) meses da data de assinatura deste contrato.

9.1.11.1.2 Ao final do período de 06 (seis) meses, a Contratada apresentará novo estudo, que vigorará durante os 06 (seis) meses seguintes e assim sucessivamente.

9.1.11.1.3 Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.11, a Contratante solicitará novo estudo à Contratada e, em decorrência, poderá realizar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

9.1.12 Encaminhar após a produção dos serviços, para constituir o acervo da Contratante, sem ônus para este:

- a) TV e Cinema: uma cópia em DVD e um arquivo em mpeg; e/ou arquivos digitais;
- b) Internet: uma cópia em CD, com os arquivos que constituíram a campanha ou peça;
- c) Rádio: uma cópia em CD, com arquivo áudio e mp3;
- d) Mídia impressa e material publicitário: uma cópia em CD, com arquivos nas versões aberta – com as fontes e imagens em alta resolução – e finalizada.

9.1.12.1 Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD.

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

9.1.14 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta, etc.) aprovadas pela Contratante.

9.1.14.1 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 9.1.12.

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

9.1.16 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.

9.1.16.1 Esses relatórios deverão ser enviados pela Contratada a Contratante até o prazo máximo de 02 (dois) dias úteis após a realização do contato.

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

9.1.17 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.

9.1.18 Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome da Contratante, mediante sua prévia e expressa autorização.

9.1.19 Prestar esclarecimentos a Contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a Contratada, independentemente de solicitação.

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



9.1.21 Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Tomada de Preços que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de atendimento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

9.1.22 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.

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

9.1.24 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.

9.1.25 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.

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

9.1.27 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.

9.1.28 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.

9.1.29 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.

9.1.30 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.

9.1.31 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.

9.1.31.1 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 a Contratante as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

9.1.32 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.

10. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

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

- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a Contratada;
- b) comunicar, por escrito, à Contratada, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte quatro) horas úteis;



- c) 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;
- d) fornecer e colocar à disposição da Contratada todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- e) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- f) notificar, formal e tempestivamente, a Contratada sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- f) notificar a Contratada, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

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

11. FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

11.1 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.

11.1.1 Serão nomeados um fiscal titular e um substituto, para executar 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.

11.1.1.2 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.

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

11.3 A Contratada somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da Contratante.

11.4. O recebimento se dará após a verificação das formalidades legais exigidas no presente objeto contratual, assim por servidor designado pela Administração, no prazo máximo de até 05 (cinco) dias.

11.5 A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da Contratante, mantido as mesmas condições do item anterior.

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

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

11.8 A ausência de comunicação por parte da Contratante, referente à irregularidade ou falhas, não exime a Contratada das responsabilidades determinadas neste contrato.

11.9 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.

11.10 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 a Contratante.

11.11 A Contratante é facultada o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela Contratada.



11.12 A Contratante avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela Contratada.

11.12.1 A avaliação semestral será considerada pela Contratante para apurar a necessidade de solicitar, da Contratada, correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; fornecer, quando solicitado pela Contratada, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

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

12. REMUNERAÇÃO

12.1 Pelos serviços prestados, a Contratada será remunerada e ressarcida conforme disposto nesta Cláusula.

12.1.1 Honorários de ____ % (____ por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da Contratada, referentes à produção e à execução técnica de peças e ou material cuja distribuição não proporcione à Contratada o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

12.1.1.1 Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da Contratada.

12.1.2 Honorários de ____ % (____ por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da Contratada, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução deste contrato.

12.1.2.1 Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da Contratada.

12.1.3 Honorários de ____ % (____ por cento), 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.

12.1.4 ____ (____ por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Ceará, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela Contratada.

12.1.4.1 Os *layouts*, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela Contratada.

12.1.4.2 A Contratada se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Ceará e com os preços correspondentes a serem cobrados do Contratante, conforme previsto no subitem 12.1.4, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

12.2 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 nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

12.3 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.

12.3.1 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.

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

12.5 As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da Contratante, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

13. DESCONTO DE AGÊNCIA

13.1 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. E com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.

13.1.1 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.

14. DIREITOS AUTORAIS

14.1 A Contratada cede a Contratante os direitos patrimoniais do autor das idéias (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.

14.1.1 O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

14.1.2 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.

14.1.3 A juízo da Contratante, as peças criadas pela Contratada poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo e Judiciário, sem que caiba a eles ou ao Contratante qualquer ônus perante a Contratada.

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

14.2 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.

14.2.1 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 14.2.1.1 a 14.2.3.

14.2.1.1 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 50 % (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

14.2.1.1.1 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.

14.2.2 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 ____ % (____ por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

14.2.2.1 Não haverá reajuste do contrato, salvo-se para manter o equilíbrio econômico-financeiro do contrato, com as devidas justificativas e planilha analítica. Destarte ainda, o quando do prazo de 12 meses, a contar da apresentação da proposta de preços 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.

14.2.3 Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 14.2.1.1 e 14.2.2, 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.

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

14.4 A Contratada se obriga a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos.

14.5 A Contratada se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e similares, que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

14.5.1 Que a Contratante poderá solicitar, a qualquer tempo, pelo prazo de 05 (cinco) anos, cópias das imagens contidas no material bruto produzido, as quais deverão ser entregues em DVD.

14.5.2 A cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material a Contratante, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 05 (cinco) anos, contado da data do pagamento do serviço, pela Contratada ao fornecedor, sem que caiba ao 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;

14.5.3 Que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

15. LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

15.1 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 – Prefeitura Municipal de Itaitinga/CE, CNPJ nº 41.563.628/0001-82, da qual constará o número deste Contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do banco, nome e número da agência e número da conta;

II - a primeira via da nota fiscal do fornecedor ou do veículo, quando for o caso.

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

15.1.1 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 a Contratante, pelo menos 10 (dez) dias antes do seu vencimento, no seguinte endereço: à Av. Cel. Virgílio Távora, 1710, Centro, Itaitinga/CE.

15.1.2 O fiscal deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela Contratada todas as condições pactuadas.

15.2 As liquidações e os pagamentos de despesas serão precedidos 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, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes, em até 30 (trinta) dias após a realização dos serviços;

b) execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes, em até 30 (trinta) dias após a realização dos serviços.

II - serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

a) produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes, em até 30 (trinta) dias após a realização dos serviços;

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, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes, em até 30 (trinta) dias após a realização dos serviços;

c) veiculação: apresentação dos documentos de cobrança, da demonstração do valor devido ao veículo, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso II do subitem 15.2, em até 30 (trinta) dias após o mês de veiculação.

d) 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 15.1;

15.2.1 As despesas com distribuição de peças e material de não mídia realizada por fornecedores de serviços especializados terão o tratamento previsto na alínea 'a' do inciso II do subitem 15.2.

15.2.2 Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados serão conferidos pelo fiscal deste contrato por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela Contratada à Contratante e atestados no processo de pagamento da veiculação.

15.3 O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 15.1 e 15.2.

15.4 No tocante à veiculação, além do previsto na alínea 'c' do inciso II do subitem 15.2, 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 restou demonstrada, perante a Contratante, a impossibilidade de fazê-lo.

15.4.1 Nos casos em que restou demonstrada, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a Contratada deverá apresentar:

I - TV, Rádio e Cinema: 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 à declaração prevista no inciso I deste subitem, a Contratada pode apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) desde que o veículo também firme declaração, assinada, de modo que esse documento e a declaração prevista no inciso I deste subitem, em conjunto, contenham as informações previstas no inciso I deste subitem;

I.2) como alternativa ao procedimento previsto no inciso I.1, a Contratada pode 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.

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

II.3 – Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove o local 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 pelas empresas que veiculou as peças, preferencialmente com o *print* da tela.

15.4.2 A Contratada deverá apresentar, conforme o caso, Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social - CND, 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, se:

15.4.3 As exigências de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem 15.4.1 serão estabelecidas formalmente pela Contratante, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

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

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

15.6 No caso de eventual falta de pagamento pela Contratante nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da Contratada, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

15.6.1 A Contratante não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da Contratada, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

15.7 A Contratante não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

15.8 Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados, pela Contratada, em até 15 (quinze) dias após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela Contratante.

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

15.8.2 A Contratada apresentará a Contratante relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos, até o dia 10 do mês subsequente.

15.8.2.1 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.

15.8.3 O não cumprimento do disposto nos subitens 15.8 ou a não justificativa formal para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da Contratada, até que seja resolvida a pendência.

15.8.4 Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contado da notificação da Contratante, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da Contratada.

15.8.4.1 Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 15.8.3, a Contratante, 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.

15.8.4.2 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.

15.9 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 e obedecidos os prazos legais.

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

16. GARANTIA CONTRATUAL

16.1 A Contratada prestará garantia, em favor da Contratante, no valor de R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais), correspondente a 2 % (dois por cento) do valor estimado para até 12 (doze) meses, execução dos serviços objeto deste Contrato, na forma prevista nos subitens 24.1 e 25.1 do Edital que deu origem a esta contratação.

16.2 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a Contratada deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da Contratante.

16.3 Após o cumprimento fiel e integral de todas as obrigações assumidas neste contrato, a garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da Contratada, no prazo de até 30 (trinta) dias úteis, mediante certificação, pelo Fiscal deste contrato, de que os serviços foram realizados a contento.

16.3.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base no percentual vigente aplicada a poupança, assim determinada pelo Banco Central do Brasil.