

## **EDITAL DE CONCORRENCIA PÚBLICA 059/2017**

O **MUNICÍPIO DE MARACAJÁ**, nos termos da Lei n.º 8.666 de 21 de junho de 1993, alterada pela Lei n.º 8.883 de 08 de junho de 1994, Lei Federal 12.232 de 29 de abril de 2010, Lei Complementar Federal n.º 123, de 14 de dezembro de 2006 e demais dispositivos legais aplicados a espécie, através da Secretaria Municipal de Administração e Finanças, torna público para conhecimento dos interessados que está realizando licitação, na modalidade **CONCORRENCIA PÚBLICA**, do tipo **MELHOR TÉCNICA E PREÇO**, nas condições estatuídas neste edital e seus anexos, para contratação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

### **RECEBIMENTO DOS INVÓLUCROS:**

Os envelopes contendo as Propostas Técnica e de Preços, (Envelopes n.º 01, 02, 03 e 04) serão recebidos até o **dia 12 de dezembro de 2017, às 13h45** ou, se não houver expediente nesta data, no primeiro dia útil subsequente, no Departamento de Licitações, na sede da Prefeitura Municipal, situada na Avenida Getúlio Vargas, n.º. 530, no centro do município de Maracajá/SC

### **INÍCIO DA SESSAO PÚBLICA:**

As Propostas serão abertas, na sala de reuniões Departamento de Licitações do Município de Maracajá/SC, no endereço supramencionado, após 15(quinze) minutos do horário fixado para o seu recebimento, obedecidos os trâmites do procedimento licitatório contemplados na Lei 12.232/2010 e neste Edital.

### **1 - OBJETO**

**1.1** – A presente licitação tem por objeto a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral, bem como, a contratação de serviços pertinentes complementares, para atendimento das necessidades de comunicação do Município de Maracajá/SC., conforme especificações técnicas descritas no Anexo I (briefing) do presente edital.

**1.2** - Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares, nos termos do artigo 2º, § 1º, da Lei nº. 12.232/2010, os seguintes serviços especializados pertinentes:

**1.2.1** - O planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei nº. 12.232/2010;

**1.2.2** - À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

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

1.3 - A agência contratada deverá, durante o período de, no mínimo 05 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

1.4 - Os serviços de publicidade e propaganda terão caráter educativo informativo ou de orientação social, e deverão estar em sintonia com as questões estratégicas de desenvolvimento social do Município Maracajá/SC. A política de comunicação social do Município de Maracajá/SC., tem como princípios à informação e transparência dos procedimentos e administrativos, a eficiência e a racionalidade na aplicação dos recursos e a avaliação sistemática dos resultados.

1.5 - O valor máximo para a presente contratação, considerando sua vigência por um período de 12 (doze) meses, contados a partir da assinatura do CONTRATO, representa o montante de **R\$ 240.000,00** (duzentos e quarenta mil reais), não estando o Município de Maracajá obrigado a realizá-lo em sua totalidade, e não cabendo à Licitante vencedora o direito de pleitear qualquer tipo de reparação ou compensação pelo não uso do total da verba.

#### **1.6 - Prazo de Execução:**

1.6.1 - O prazo para a execução dos serviços objeto desta Licitação e a vigência do contrato é de 12 (doze) meses, a contar da data de sua assinatura, podendo ter a sua duração prorrogada nos termos do artigo 57, inciso II da Lei nº. 8.666, de 21/06/1993.

#### **1.7 – Prestação dos Serviços:**

1.7.1 - Os serviços serão prestados mediante prévia requisição a ser emitida pelo Município de Maracajá. Os valores orçados pela contratada serão submetidos à contratante, que terá o prazo de 03 (três) dias úteis para aprová-los ou rejeitá-los.

1.7.2 - Após a aprovação do orçamento, a execução dos serviços orçados terá como ponto de partida uma reunião de *Briefing*, quando determinada pela contratante, entre as equipes do Município e da empresa contratada.

1.7.3 - Após a reunião de *Briefing*, será expedida ordem de serviço com as especificações dos serviços e o respectivo prazo para sua execução. A Contratada, após ser notificada pelo Município de Maracajá da emissão das Ordens de Serviço específicas.

1.7.4 - Os serviços afetos à concepção e criação das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação, bem como a Contratada não poderá subcontratar outra agência para a execução dos serviços de publicidade. As atividades complementares poderão ser objeto de subcontratação.

#### **1.8 – Das Dotações:**

1.8.1 - Os recursos para o pagamento das despesas provenientes do contrato correrão por conta da dotação orçamentária do ano/exercício de 2018 a seguir:

3.3.90.00.00.00.00.00 0103

3.3.90.00.00.00.00.00 0080

## **2. DA APRESENTAÇÃO**

2.1 - No dia, hora e local designados no preâmbulo deste Edital, a Comissão, receberá os envelopes contendo o "Plano de Comunicação – Sem Identificação", o "Plano de Comunicação – Identificado", a "Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação", e a "Proposta de Preços", em envelopes distintos, fechados e lacrados, contendo na parte externa, a seguinte identificação:

Envelope nº. 01 (Fornecido pelo Município de Maracajá):

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº. 059/2017**

**ENVELOPE Nº. 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO – NÃO IDENTIFICADO**

Envelope nº. 02:

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº. 059/2017**

**ENVELOPE Nº. 2 – PLANO DE COMUNICAÇÃO – IDENTIFICADO**

**RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE:**

**CNPJ DA LICITANTE:**

Envelope nº. 03:

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº. 059/2017**

**ENVELOPE Nº. 3 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO.**

**RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE:**

**CNPJ DA LICITANTE:**

Envelope nº. 04:

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº. 059/2017**

**ENVELOPE Nº. 4 – PROPOSTA DE PREÇOS.**

**RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE:**

**CNPJ DA LICITANTE:**

2.2 - Os envelopes que excederem o prazo e horário de entrega não serão protocolados, sendo, expressamente recusados pela Comissão de Licitação para participação no certame.

## **3 – CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

### **3.1 – CONDIÇÕES GERAIS:**

3.1.1 - Somente poderão participar deste certame às empresas legalmente constituídas no Brasil que atenderem a todas as condições de habilitação estabelecidas no item 03 deste Edital e que estiverem operando nos termos da Lei nº 4.680/65 e do Decreto Federal nº 57.690/66.

a) Para se manifestar nas fases do procedimento licitatório, as participantes poderão credenciar um representante, por instrumento público de procuração ou por procuração particular de procuração, esta com reconhecimento de firma, dispensada a exigência quando presente o representante legal, assim comprovado mediante apresentação do

instrumento constitutivo e suas alterações ou do instrumento consolidado, na forma do item 3.1.10 deste Edital.

b) O representante da empresa deverá identificar-se com a apresentação do documento de identidade.

3.1.2 - Nenhum interessado poderá participar da presente Licitação representando mais de uma Licitante.

3.1.3 - Não poderão participar desta Licitação empresas que estejam impedidas legalmente de licitar e contratar com os órgãos da Administração Direta e Indireta do Município de Maracajá/SC.

3.1.4 - O não credenciamento do representante impedirá qualquer pessoa presente de se manifestar e responder pela Licitante, sem prejuízo do direito de oferecimento dos documentos de propostas e/ou documentos.

3.1.5 – Os proponentes se farão representar nesta licitação, e para todos os demais atos desta licitação, por procurador (es) com poderes específicos ou por seu(s) representante(s) legal (is). A Carta de Credenciamento, a Procuração e/ou a prova da condição de Sócio ou diretor da empresa deverá acompanhar externamente aos envelopes de propostas.

3.1.6 - Fica assegurada às Licitantes, a qualquer tempo, mediante a juntada dos documentos previstos neste item, a indicação ou substituição do seu representante junto ao processo.

3.1.7 – Não poderão participar empresas reunidas em forma de consórcio.

3.1.8 - Não será permitida a subcontratação do objeto desta Licitação, bem como dar em garantia ou vincular, de qualquer forma, total ou parcialmente, o objeto contratado a qualquer pessoa física ou jurídica sem a prévia e expressa autorização do Município de Maracajá/SC.

3.1.9 - Não serão aceitas pela Comissão quaisquer substituições aos documentos exigidos sob o título de "protocolo".

3.1.10 - Os documentos apresentados sob forma de cópia reprográfica deverão ser devidamente autenticados por Cartório competente ou por Servidor do Município de Maracajá/SC., ou por publicação em órgão da Imprensa Oficial.

3.1.11 - Todos os documentos serão grafados em língua portuguesa. No caso de origem estrangeira deverão vir acompanhados de tradução juramentada.

3.1.12 - Não serão considerados quaisquer documentos e propostas entregues em local, horário e forma diferentes, bem como encaminhados por Fac-Símile ou Internet.

### **3.2 - INSTRUÇÕES PARA ELABORAÇÃO DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS**

3.2.1 – Até a data indicada no Preâmbulo deste Edital, as Licitantes interessadas entregarão o credenciamento, os documentos e as propostas em 4 (quatro) envelopes fechados contendo a designação de seu conteúdo conforme especificado no item 2.1.

3.2.2 - O credenciamento de que trata o subitem 3.1.5., deverá ser apresentada externamente aos Envelopes, na forma prevista no subitem 3.1.1 e alíneas "a" e "b", do presente Edital em uma das seguintes formas:

- a) Instrumento público de procuração;
- b) Procuração particular com reconhecimento de firma em cartório;
- c) Contrato social ou estatuto, quando se tratar de representante legal.

3.2.2.1 - A Licitante que credenciar representante por meio de procuração particular com reconhecimento de firma em cartório deverá apresentar o ato constitutivo, o estatuto ou o contrato social em vigor- devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, ou uma cópia autenticada, para verificação dos poderes do outorgante. No caso de sociedade por ações, deverá ser apresentado, ainda, documento de eleição de seus administradores;

3.2.2.2 - Os documentos deverão estar acompanhados de todas as alterações ou de maneira consolidada, nos termos da legislação em vigor;

3.3 - Não serão aceitos envelopes abertos ou sem a devida identificação, quando ela for exigida. A exceção a essa regra é o Envelope nº. 01 - "Plano de Comunicação", que não deverá ser identificada;

3.4 - O "Plano de Comunicação" será apresentado no Envelope nº. 01, sem a identificação da empresa, sob pena de desclassificação;

3.5 - O conteúdo do "Plano de Comunicação", indicado no item 2.1 será acondicionado em envelope obrigatoriamente fornecido pelo Município de Maracajá/SC.

3.6 - São vedadas a aposição, no Envelope nº 01 e em todo o seu conteúdo, de qualquer tipo de identificação da Licitante, inclusive etiquetas.

3.7 - Havendo qualquer sinal de identificação no Envelope nº 01, nenhum Envelope será recebido e a Licitante ficará impedida de participar do certame, registrando se em Ata.

3.8 - O Envelope nº. 01, a ser fornecido pelo Município de Maracajá/SC., será retirado pelos interessados, junto ao Departamento de Licitações no seguinte endereço: Avenida Getúlio Vargas, nº. 530, Bairro Centro, Cidade de Maracajá/SC, mediante requerimento endereçado à Comissão de Licitação, contendo nome da empresa, CNPJ, endereço, telefone de contato, e-mail, até o terceiro dia útil anterior à data prevista para a sessão de abertura da licitação.

3.9 - Apenas o Envelope nº 01 – "Plano de Comunicação – Não Identificado" será fornecido pelo Município de Maracajá, devendo a Licitante providenciar os demais envelopes necessários.

3.10 - Os conteúdos dos envelopes serão apresentados em uma (01) via, com todas as folhas legíveis e numeradas seqüencialmente, carimbadas e rubricadas, não sendo permitidas emendas, rasuras, entrelinhas ou ressalvas, devidamente assinados, exceto o conteúdo do envelope nº 01.

#### **4 – DA HABILITAÇÃO DA LICITANTE VENCEDORA NO JULGAMENTO TÉCNICA E DE PREÇOS**

4.1 - Para habilitação nesta licitação serão exigidos os seguintes documentos, os quais serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do art. 11 da Lei nº. 12.232/2010.

#### **4.1.1 - Habilitação jurídica:**

a) prova de registro comercial, no caso de empresa individual ou do ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor devidamente registrado no órgão competente, tendo dentre seus objetivos sociais as atividades típicas e exclusivas da propaganda e como tal definidas na Lei 4.680/65, no seu Decreto Regulamentador nº 57.690/66. No caso de sociedade por ações, deverá ser apresentado, ainda, documento de eleição de seus administradores.

b) Os documentos deverão estar acompanhados de todas as alterações ou serem apresentados de forma consolidada;

c) Comprovação da publicação no Diário Oficial dos atos constitutivos para atender ao item anterior, quando se tratar de sociedade por ações;

d) Inscrição do ato constitutivo em Cartório de Registro de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício.

#### **4.1.2 - Regularidade Fiscal:**

a) Prova de Inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica do Ministério da Fazenda (CNPJ);

b) Prova de Regularidade para com a Fazenda Federal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da Lei (Certidão de Quitação de Tributos e Contribuições Federais combinada com a Certidão Quanto à Dívida Ativa da União, expedida por órgão da Secretaria da Receita Federal);

c) Prova de Regularidade para com a Fazenda Estadual do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da Lei (Certidão Negativa de Débitos Estaduais, expedida por órgão da Secretaria da Fazenda Estadual);

d) Prova de Regularidade para com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da Lei (Certidão Negativa da Fazenda Municipal, da sede da licitante, através de certidão expedida pelo órgão competente);

e) Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) – Certificado de Regularidade do FGTS – CRF, fornecido pela Caixa Econômica Federal, de acordo com a Lei nº 8.036, de 11 de maio de 1990.

f) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho. (Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT).

#### **4.1.3 - Qualificação Econômico-Financeira:**

**a) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis** do último exercício social, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrado há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta;

**a.1.** As empresas constituídas no exercício em curso deverão apresentar cópia do balanço de abertura ou cópia do livro diário contendo o balanço de abertura, inclusive os termos de abertura e encerramento.

b) A boa situação financeira da empresa **será avaliada, nos termos do art. 31, § 5º da Lei 8.666/93, pelos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), superiores a 1 (um inteiro), resultantes da aplicação das fórmulas abaixo, com os valores extraídos de seu balanço patrimonial:**

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

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

$$\text{Liquidez Corrente} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

**b.1. As fórmulas dos índices contábeis referidos deverão estar devidamente aplicadas em memorial de cálculos juntado ao balanço e adaptadas, no que couber, à nova estrutura dos balanços patrimoniais promovida pela Lei 11.941/2009.**

c) Certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica. Não constando do documento o prazo de validade, será aceito documento emitido até 90 (noventa) dias imediatamente anteriores à data de sua apresentação.

#### **4.1.4. Qualificação Técnica:** (Artº 30 da Lei 8.666/93)

**a)** Comprovação da licitante de possuir, na data da entrega das propostas, vínculo com, no mínimo 02 (dois) profissionais de nível superior ou outro devidamente reconhecido pelo sindicato da classe, na forma dos artigos 6º e seguintes da Lei Federal Nº. 4.680/65. A comprovação deverá ser feita através de cópia da carteira profissional de trabalho ou da ficha cadastral do(s) profissional(is) na empresa e de seu diploma de graduação.

**a.1.** A comprovação do vínculo, a que se refere o item anterior poderá ser feita mediante a apresentação de contrato social, no caso de sócio, administrador ou diretor, por ficha de empregado ou da carteira de trabalho, no caso de funcionário.

**b)** Certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no art. 4º, § 1º, da Lei nº 12.232/2010.

**b.1.** o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial, devendo ser comprovado no Invólucro nº 5.

**b.2.** o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão de Licitações.

4.2 - Todos os documentos apresentados ficarão anexados ao processo, sendo vedada a sua retirada ou substituição.

4.3 - Os documentos e/ou certidões comprobatórios de regularidade ou de inexistência de débito deverá estar no prazo de validade neles consignados. Na falta desta informação

serão considerados válidos por 90 (noventa) dias, contados inclusive da emissão, aprovação ou da data de assinatura pela autoridade.

4.4 – Sob pena de inabilitação, os documentos apresentados deverão estar:

- a) em nome da licitante e com o n.º do CNPJ e endereço respectivo;
- b) todos em nome da matriz ou todos em nome da filial, exceto aqueles que só possam ser fornecidos pela matriz;
- c) não serão aceitos documentos cujas datas estejam rasuradas.

4.5 - A não apresentação de qualquer documento relacionado nos itens anteriores ou a sua apresentação em desacordo com a forma, prazo de validade e quantidades estipuladas implicará na automática inabilitação da Licitante.

## **5 - DAS PROPOSTAS**

5.1 - As propostas deverão ser apresentadas nos envelopes nº 01, 02, 03 e 04, na forma prevista no item 3.2 e deverão atender os seguintes requisitos:

5.2 – Deverão ser redigidas em língua portuguesa - salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente com clareza, sem emendas, entrelinhas ou rasuras, em papel contendo o timbre da empresa, endereço completo, número do telefone e fax, quando existente.

5.3 – Deverão ser apresentadas em papel que identifique a Licitante, contendo o nome da proponente e a referência a esta Licitação, exceto no envelope nº 01;

5.4 – Deverão ser entregues no local e nas condições estabelecidas neste Edital;

5.5 - Deverão ser indicados na proposta de preços os nomes e cargos dos representantes legais que assinarão o Contrato, em obediência à disposição contida em seus documentos constitutivos, endereço completo da sede da Licitante, telefone, fax e, se houver;

5.6 - Serão desclassificadas as propostas que desobedecerem às condições do presente Edital e que apresentarem rasuras ou falhas que impossibilitem a sua compreensão e ainda cujas propostas técnicas apócrifas apresentem quaisquer sinais, marcas que permitam sua identificação.

## **6 – DA PROPOSTA TÉCNICA**

6.1 - A Proposta Técnica deverá ser apresentada nos Envelopes nº 01, 02 e 03 na forma prevista no item 3.2 e deverá atender os seguintes requisitos:

### **6.2 – Envelope nº 01 – “Plano de Comunicação – Não Identificado”.**

6.2.1 - Para efeito de avaliação a Licitante deverá apresentar uma campanha com verba de até R\$ 30.000,00 (trinta mil reais) e duração máxima de 30 (trinta) dias.

6.2.3 O Plano de Comunicação – via não Identificada deverá ser redigido em língua portuguesa – salvo quanto às expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

- a) Em papel A4, branco, (75gr/m2 a 90 gr/m2);



- b) Com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- c) Sem recuos nos parágrafos e linhas subseqüentes;
- d) Com textos justificados;
- e) Com espaçamento "1,00" (simples) entre as linhas;
- f) Com texto na cor preta, com fonte "arial", estilo "normal", tamanho "12 pontos";
- g) Com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página, cor preta, com fonte "arial", estilo "normal", tamanho "12 pontos";
- h) Em caderno único, com espiral na cor preta;
- i) Com verso da página em branco;
- j) Sem identificação da licitante;
- k) Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação.

6.2.4 – Será desclassificado o licitante que descumprir o disposto no item 6.2.3 do presente edital, nos termos do artigo 6º, inciso XIV da Lei nº 12.232/2010.

6.2.5 – O **PLANO DE COMUNICAÇÃO – NÃO IDENTIFICADO** desenvolvido pela Licitante com base no Anexo I deste Edital - Briefing, que deverá compreender os seguintes quesitos:

**I - Raciocínio Básico:**

- a) Texto em até 04 (quatro) laudas, com 30 (trinta) linhas cada, em que a Licitante demonstrará o seu entendimento sobre as informações apresentadas no Briefing;

**II - Estratégia de Comunicação Publicitária:**

- a) Texto em até 04 (quatro) laudas, com 30 (trinta) linhas cada, em que a Licitante apresentará o conceito e o partido temático que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação e defenderá essa opção;

**III - Ideia criativa:**

- a) Texto em que a Licitante limitar-se-á a apresentar a síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não assumir a forma de um slogan passível de ser utilizado em ações de comunicação do Município de Maracajá;

b) Como parte do quesito Ideia Criativa, a Licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de até 06 (seis) peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com a redução de mensagem de que trata a alínea anterior. Os exemplos de peças podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout, story-board impresso, ou "monstro" de peça de internet ou "monstro" de peça de rádio, limitados a uma peça para cada meio - convencional ou não convencional, de veiculação tradicional proposto pela licitante;

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

a) Texto com até 03 (três) laudas escritas, com 30 (trinta) linhas cada em que, de acordo com as informações do Briefing, demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha - permitida a inclusão de tabelas, gráficos, planilhas, que não serão computadas no total de laudas mencionado no Plano de Comunicação;

b) Simulação de plano de distribuição das peças da campanha publicitária mencionada na alínea "b" do quesito Ideia Criativa, acompanhada ou não de texto de até 02 (duas) laudas com 30 (trinta) linhas cada, com a explicitação das propostas adotadas, valores de produção e de veiculação;

### **6.3 - Envelope nº 02 - Plano de Comunicação Identificado:**

6.3.1 - O Envelope nº 02, contendo o Plano de Comunicação Identificado terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa, com a identificação da licitante, apresentando, ainda, a data e assinatura na última página e rubrica nas demais.

### **6.4 – Envelope nº 03 - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:**

6.4.1 - A Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação deverão ser apresentados na forma do item 6.4.2 e alíneas seguintes deste Edital, ser redigida em Língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

6.4.2 - Capacidade de Atendimento: será feita mediante a apresentação dos seguintes textos:

I - Relação de clientes regulares, de âmbito nacional, estadual e/ou local, com indicação da data do período do atendimento, bem como os respectivos ramos de atividades, produtos e serviços a cargo da agência;

II - A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento. No caso de mais de um escritório, relacioná-los, descrevendo as suas estruturas;

III - As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato;

IV - A sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela Licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

6.4.3 - Repertório: apresentação de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/expostos pela Licitante, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver.

I - Poderão ser apresentadas até cinco peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, todas veiculadas ou expostas;

II - Cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação da Licitante, título, data de produção, período de veiculação e menção do veículo que a divulgou;

III – O material poderá ser fornecido em DVD; os spots e/ou jingles, em CD; as peças de internet, em CR- ROM ou CD-ROM com simulador de navegação; as peças gráficas em proporções reduzidas que preservem suas dimensões originais e sua leitura;

IV - As peças apresentadas NÃO podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo Município de Maracajá.

6.4.4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: deverá ser apresentado 01 (um) "Case" veiculado ou expostos, em no máximo 02 (Duas) laudas com 30 Linhas cada, relatando soluções de problemas de comunicação. O relato apresentado NÃO podem referir-se a soluções do Município de Maracajá.

6.4.4.1. O relato terá de ser formalmente referendados pelo respectivo anunciante e não pode referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo Município de Maracajá/SC.

6.4.4.2. É permitida a inclusão de até cinco peças, independentemente da mídia de divulgação, do tipo ou característica da peça, sendo que as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

6.5 - As peças que integram o item 6.4.3, devem ser acondicionadas em embalagem adequada às suas características, desde que invioláveis, quanto às informações de que tratam, até a abertura do correspondente invólucro.

6.6 - A critério do Município de Maracajá, as campanhas publicitárias das propostas vencedoras poderão ou não vir a ser produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

## **7 – DA PROPOSTA DE PREÇOS**

7.1. A Proposta de Preços deverá ser apresentada de conformidade com o estabelecido no Anexo V e será única.

## **8 – DO RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS**

8.1 - A Comissão Permanente de Licitações receberá todos os envelopes, chamando à mesa o representante legal para apresentação do seu documento de identidade juntamente com o credenciamento.

8.2 – Após o credenciamento os participantes, a **Comissão Permanente de Licitações procederá com a abertura dos Envelopes nº 01 e 03**. Os documentos contidos no **Envelopes nº 01**, não deverão ser rubricados, já os documentos contidos no **Envelope nº. 03** serão rubricados pelos representantes das licitantes, facultando-se aos mesmos o seu exame, registrando-se em ata as anotações solicitadas.

8.3 - Os **Envelopes nº 02 e 04** serão rubricados pela Comissão Permanente de Licitações do Município de Maracajá/SC., e pelos representantes das Licitantes e permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitações.

8.4 - Após o procedimento de abertura dos **Envelopes nº 01 e 03**, a sessão de licitação será suspensa, oportunidade na qual será lavrada a ata da sessão, contendo os apontamentos dos licitantes, se houver, com posterior encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão técnica para análise e julgamento.

8.5 – Incumbirá à Subcomissão Técnica a elaboração da ata de julgamento do **Plano de Comunicação Não Identificado**, encaminhando-a à Comissão Permanente de Licitações do Município de Maracajá/SC., juntamente com as propostas e planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que fundamentaram cada caso.

8.6 – De igual forma à Subcomissão Técnica procederá com relação aos materiais contidos no **Envelope nº 03 - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, encaminhados à Comissão Permanente de Licitações do Município de Maracajá/SC., de forma idêntica à indicada no subitem 8.5.

8.7 – Em caso de ocorrer diferença entre a maior e a menor pontuação superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito a comissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a cada um dos quesitos com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório;

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

8.9 - O resultado do julgamento será divulgado pelo Município de Maracajá/SC., oportunidade na qual será anunciada a data, hora e local a serem informados por aviso via e-mail e/ou telefone, para a abertura do **Envelope nº 2** e conseqüente identificação das propostas contidas no **Envelope nº 01**. Efetuar-se-á a apuração da Nota Técnica dos **Envelopes nº 01 e 03**. Será lavrada ata da sessão, abrindo-se prazo recursal, caso os licitantes não abram mão por escrito deste direito.

8.10 - Caso se constate qualquer tipo de informação, marca ou sinal no material que compõe a via apócrifa do "Plano de Comunicação" que permita a identificação de sua autoria, independente da fase do processo, a Licitante será automaticamente desclassificada no certame e ficará impedida de participar das fases posteriores.

8.11 - Serão desclassificadas as propostas que desobedecerem às condições do presente Edital e que apresentarem rasuras ou falhas que impossibilitem a sua compreensão.

8.12 - O não cumprimento de qualquer item referente à Proposta Técnica implicará na desclassificação da Licitante.

8.13 - Não serão consideradas quaisquer informações ou declarações apresentadas na Proposta de Preços que deveriam constar na Proposta Técnica.

a) Os **Envelopes nº 02 e 04** das Licitantes que não forem classificadas ficarão sob a guarda da Comissão, até a assinatura do Contrato, quando então estarão à disposição das empresas para retirá-los no prazo de até 30 (trinta) dias corridos, após o qual serão dilacerados sem quaisquer formalidades;

b) Na apreciação das Propostas Técnicas será considerada a linha de atuação desenvolvida, sendo certo que receberá um máximo de 100 (cem) pontos, distribuídos entre os diversos tópicos de julgamento, conforme critérios constantes do item seguinte.

8.14 - Não serão aceitos pela Comissão quaisquer documentos ou envelopes que sejam encaminhados por fax ou que cheguem à Comissão fora do horário estabelecido.

## **9 – DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA, DOS CRITÉRIOS DE JULGAMENTO E DA CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS**

9.1 - A presente licitação será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitações do Município de Maracajá/SC., com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas, a qual será julgada por subcomissão técnica.

9.2 - As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município de Maracajá/SC.

9.3 - 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, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município de Maracajá/SC.

9.4 - A relação dos nomes referidos nos itens 9.2 e 9.3 será publicada na imprensa oficial do Município de Maracajá/SC., em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

9.5 - Para os fins do cumprimento do disposto na Lei 12.232/2012, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem os 9.2, 9.3 e 9.4, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

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

9.7 - 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 artigo.

9.8 - A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no item 9.4 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

9.9 - O sorteio será processado 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 o Município de Maracajá/SC., nos termos dos itens 9.2 e 9.3 deste edital.

**9.10** - Serão levados em conta pela subcomissão técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

### **9.10.1 - Plano de Comunicação**

#### **I - Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:**

- a) Das características do Município de Maracajá/SC., e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Maracajá/SC., com seus públicos;
- c) Do papel do Município de Maracajá/SC., no atual contexto social, político e econômico.

#### **II - Estratégia de Comunicação Publicitária:**

- a) Adequação do conceito e do partido temático proposto à natureza e à qualificação do Município de Maracajá/SC., e a sua comunicação e/ou o seu problema específico de comunicação;
- b) A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Município de Maracajá/SC., com seus públicos;
- c) A adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação do Município de Maracajá/SC.;
- d) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

#### **III - Ideia Criativa:**

- a) Sua adequação ao problema específico de comunicação do Município de Maracajá/SC.;
- b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) Sua pertinência às atividades do Município de Maracajá/SC., e à sua inserção na sociedade;
- g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) A exeqüibilidade das peças;
- i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

#### **IV - 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;
- d) A pertinência da mídia escolhida, a oportunidade e a economicidade no uso de recursos próprios de comunicação do Município de Maracajá/SC;
- e) A economicidade da aplicação da verba de mídia evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

#### **9.10.2 - Capacidade de Atendimento:**

- a) A adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros técnicos;
- b) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato e a qualificação dos profissionais que estarão a disposição para a execução do contrato;
- c) - A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente à disposição do Município de Maracajá/SC., sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.
- d) A operacionalidade do relacionamento entre do Município de Maracajá/SC., e a Licitante, a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta. Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.

#### **9.10.3 – Repertório:**

- a) A ideia criativa e sua pertinência;
- b) A clareza da exposição do problema publicitário;
- c) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- d) A relevância dos resultados apresentados;
- e) A qualidade da execução e do acabamento;

#### **9.10.4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:**

- a) A concatenação lógica da exposição;
- b) A evidência de planejamento publicitário;

c) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

d) A relevância dos resultados apresentados;

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

<b>PLANO DE COMUNICAÇÃO</b>		
<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos Avaliados</b>	<b>Pontuação Máxima</b>
<b>1 – RACIOCÍNIO BÁSICO</b>  Texto de até quatro laudas em que o Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação do Município de Maracajá/SC.	a) O papel da Prefeitura Municipal de Maracajá/SC., frente aos interesses da sociedade	<b>05</b>
	b) As características da Prefeitura Municipal e de suas áreas de atuação	<b>05</b>
	c) Problema Específico de comunicação da Prefeitura Municipal de Maracajá/SC.	<b>05</b>
<b>Subtotal Máximo – 15 Pontos</b>		<b>15</b>

<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos Avaliados</b>	<b>Pontuação Máxima</b>
<b>2 – ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO</b>  Texto de até quatro laudas em que o Licitante a estratégia de comunicação.	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas do Município de Maracajá/SC, conforme briefing.	<b>04</b>
	b) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do Município de Maracajá/SC., com seus públicos.	<b>04</b>
	c) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação do Município de Maracajá/SC.	<b>04</b>
	d) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	<b>03</b>
<b>Subtotal Máximo – 15 Pontos</b>		<b>15</b>



<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos Avaliados</b>	<b>Pontuação Máxima</b>
<b>3 - IDEIA CRIATIVA</b>  Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob a forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação do Município de Maracajá/SC.	<b>02</b>
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos do Município de Maracajá/SC.	<b>02</b>
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações.	<b>02</b>
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	<b>02</b>
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	<b>02</b>
	f) Sua pertinência a atividade desenvolvida pelo Município de Maracajá/SC. E sua inserção na sociedade.	<b>02</b>
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas.	<b>01</b>
	h) A exequibilidade das peças.	<b>01</b>
	i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	<b>01</b>
<b>Subtotal Máximo – 15 Pontos</b>		<b>15</b>

<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos Avaliados</b>	<b>Pontuação Máxima</b>
<b>4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA</b>  Texto de até quatro laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários.	<b>02</b>
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	<b>02</b>
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores.	<b>03</b>
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Município de Maracajá/SC.	<b>03</b>
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano	<b>03</b>

	simulado de distribuição de peças.	
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	<b>02</b>
<b>Subtotal Máximo – 15 Pontos</b>		<b>15</b>

<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos Avaliados</b>	<b>Pontuação Máxima</b>
<b>5 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO</b>  Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	a) Adequação das qualificações a estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros.	<b>03</b>
	b) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato.	<b>02</b>
	c) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente à disposição do Município de Maracajá/SC, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	<b>02</b>
	d) A operacionalidade do relacionamento entre o Município de Maracajá/SC., e a Licitante, a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta. Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	<b>03</b>
<b>Subtotal Máximo – 10 Pontos</b>		<b>10</b>

<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos Avaliados</b>	<b>Pontuação Máxima</b>
<b>6 – REPERTÓRIO</b>  Apresentação de peças com indicação sucinta do problema que se propõe a	a) Ideia criativa e sua pertinência.	<b>03</b>
	b) Clareza da exposição do problema publicitário.	<b>03</b>
	c) Consistência das relações de causa	<b>03</b>

resolver	e efeito entre problema e solução.	
	d) Relevância dos resultados apresentados.	<b>03</b>
	e) Qualidade da execução do acabamento.	<b>03</b>
<b>Subtotal Máximo – 15 Pontos</b>		<b>15</b>

<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos Avaliados</b>	<b>Pontuação Máxima</b>
<b>7 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DA COMUNICAÇÃO</b>  Case history formalmente referendado pelo respectivo cliente.	a) Concatenação lógica da exposição.	<b>04</b>
	b) Evidência de planejamento publicitário.	<b>04</b>
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	<b>03</b>
	d) Relevância dos resultados apresentados. Case history formalmente referendado pelo respectivo cliente.	<b>04</b>
<b>Subtotal Máximo – 15 Pontos</b>		<b>15</b>

**9.11.1** – O julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados neste edital.

**9.11.2** - A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Comissão, obedecido aos critérios dos itens 8.7 e 8.8 deste edital.

**9.11.3** - A nota de cada Licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

**9.12** - Será desclassificada a Proposta que:

I - Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;

II - Não alcançar, no total, a nota mínima de sessenta pontos;

III - Obtiver nota zero em qualquer dos quesitos a que se referem os itens 9.10.1, 9.10.2, 9.10.3 e 9.10.4;

IV - Que incidir nas disposições no art. 48, da Lei nº 8.666/93;

**9.13** - Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento das Propostas Técnicas, a Licitante que obtiver a maior pontuação na soma das notas dos quesitos.

**9.14** - Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a Licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos itens 9.10.1, 9.10.2, 9.10.3 e 9.10.4.

**9.15** - Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão, cuja data será divulgada na imprensa oficial.

**9.16** - A Comissão, se necessário, abrirá prazo de cinco dias úteis para interposição de recursos.

**9.17** - Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido sua desistência ou, ainda, tendo sido, julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da próxima sessão, para abertura dos **Envelopes nº 04 - Propostas de Preço**

## **9.18. VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

**9.18.1.** Somente a Proposta de Preço das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

**9.18.2.** Será desclassificada:

- a) a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;
- b) a proposta que não atenda às exigências do ato convocatório da licitação.

**9.18.3.** Os quesitos a serem valorados são os integrantes da planilha que constitui o Anexo v, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/93, não será aceito:

a) desconto superior a 30 % (trinta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Santa Catarina, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante;

b) percentual de honorários superior a 15 % (quinze por cento) e inferior a 10% (dez por cento), incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/65;

c) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) e inferior a 05% (cinco por cento), incidente sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual.

**9.18.4.** A Comissão Permanente de Licitações atribuirá pontos para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado Santa Catarina.

$N = 1,0 \times$  Desconto Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação

$N = 6,0 \times (15,0 -$  Honorários) Percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual

$N = 3,0 \times (10,0 -$  Honorários)

Observação: para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos desconto e honorários serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens que constarem da Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, apresentada pelas licitantes, sem o símbolo "%".

**9.18.4.1.** A nota de cada Proposta de Preços será obtida mediante a soma dos pontos dos quesitos constantes da tabela referida no subitem **9.18.4.**

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

**9.18.4.2.1.** Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente: o menor percentual de honorários referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores; o menor percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores; o maior percentual de desconto sobre os custos internos.

**9.18.5.** Quando todas as licitantes forem desclassificadas, a Comissão Permanente de Licitações poderá fixar o prazo de oito dias úteis para apresentação de novas Propostas escoimadas das causas que ensejaram a desclassificação.

**9.19** - Na sessão pública designada, serão abertos os **Envelopes nº 4 – “Propostas de Preço”**, que serão rubricados pelos membros da Comissão e pelos Licitantes presentes.

**9.20** - Serão desclassificadas as Licitantes que não atenderem às exigências do ato convocatório.

**9.21** - Não se considerará como critério de classificação e nem de desempate das propostas, qualquer oferta de vantagem não prevista neste Edital.

**9.22** - A Comissão adjudicará o objeto da Licitação à proponente que obtiver a maior pontuação na Nota Final, calculada através da soma simples das Notas Técnicas e de Preço, conforme a seguinte expressão: **NF=Nota Técnica Final+Nota de Preços Final**

a) Após cada fase da licitação, os autos do processo ficarão automaticamente com vistas aos interessados, pelo prazo necessário à interposição de recursos, ressalvada a desistência expressa pela Licitante a quem assistia o direito de recorrer, ou o silêncio de quaisquer das Licitantes no momento em que deveriam manifestar esse interesse.

**9.23** - Do resultado da fase de julgamento das propostas e da habilitação, caberão recursos fundamentados, dirigidos à Comissão de Licitação, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da comunicação.

**9.24** - Os recursos referentes ao julgamento das propostas serão recebidos com efeito suspensivo, não o sendo nos demais casos.

**9.25** - O provimento de recursos pela autoridade competente importará na invalidação apenas dos atos insusceptíveis de aproveitamento.

**9.26** - Recursos enviados por fax ou e-mail não serão considerados.

**9.27** – Na sessão de abertura do Envelope nº 4 e apurada da Nota Final (NF) das licitantes, a concorrente melhor classificada, que terá obrigatoriamente que apresentar os documentos constantes do item 4 deste Edital, até o 5º (quinto) dia útil após esta sessão de apuração, ou o que a Comissão de Licitação designar caso haja recurso quanto a Nota Final, sob pena de inabilitação se não o fizerem.

**9.28** – As demais licitantes poderão examinar a documentação da vencedora e impugná-la na falta ou inobservância de qualquer dos documentos exigidos. Havendo a impugnação abre-se o prazo recursal de praxe.

## **10 – PRAZO, CONDIÇÕES, GARANTIAS DE EXECUÇÃO CONTRATUAL, SANÇÕES E CRITÉRIO DE REAJUSTE.**

### **10.1. PRAZO:**

**10.1.1** - Adjudicado o objeto da licitação à proponente vencedora, esta terá o prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis contados da convocação, para assinar o contrato.

**10.1.2** - Na eventualidade de a proponente regularmente convocada a assinar o contrato, estando sua proposta dentro do prazo de validade, se recusar a fazê-lo, aceitá-lo ou retirá-lo no prazo fixado no item 11.1.1, ser-lhe-á aplicada multa de 5% (cinco por cento) do valor do contrato.

**10.1.3** - Nesse caso, o Município de Maracajá/SC., poderá ainda, convocar os proponentes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições da proposta vencedora.

**10.1.4** - O contrato decorrente desta licitação será formalizado por termo.

**10.1.5** - No ato da assinatura da Ordem de Serviço, a empresa deverá indicar o preposto que representará a empresa no local dos trabalhos.

### **10.2 - CONDIÇÕES CONTRATUAIS**

**10.2.1** - Poderá haver alterações contratuais com acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias à execução do objeto, até o limite de 25% (vinte e cinco), conforme permissão do parágrafo 1º, art. 65, da Lei Federal no. 8.666/93.

## **11 – DA REMUNERAÇÃO DA AGÊNCIA**

**11.1** - Na execução dos serviços contratados, a agência será remunerada em conformidade com as disposições da Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965, Decreto Federal nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002, Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010 e demais normas legais e regulamentares vigentes.

a) **Veiculação** – desconto-padrão de agência, correspondente a 20% (vinte por cento) sobre os custos de veiculação, instituído pelas Normas Padrão da Atividade Publicitária, por meio do Decreto no 57.690/66, alterado pelo Decreto no 4.563, de 31 de dezembro de 2002.

**11.2** - Os serviços considerados indispensáveis à execução da campanha ou ação publicitária e não constantes da Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/SC serão remunerados através de acordo entre as partes, fundamentado em clara e precisa demonstração da sua procedência e compatibilidade com os preços de mercado.

## **12 - CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**

12.1 - As faturas deverão ser emitidas contra o Município de Maracajá/SC., no primeiro dia subsequente à comunicação do valor aprovado e terão vencimento até o 5º (quinto) dia do mês subsequente ao da prestação dos serviços, desde que devidamente aprovadas pela mesma;

12.2 - As faturas que apresentem incorreções serão devolvidas ao emitente, e seu vencimento ocorrerá 05 (cinco) dias após a data de sua reapresentação.

12.3 - O pagamento das faturas seguirá a estrita ordem cronológica das datas de suas exigibilidades.

12.3.1 - Quando, por relevantes razões de interesse público, ocorrer a necessidade de não atendimento ao previsto no subitem 12.3, a Contratada será informada da justificativa pelo Município de Maracajá/SC.

12.4 - Os pagamentos serão efetuados através do crédito em conta corrente bancária da contratada.

12.5 - Por ocasião da apresentação das faturas ao Município de Maracajá/SC., para efeito de pagamento, a contratada deverá demonstrar e comprovar, necessariamente, através de documentação hábil, o atendimento e observância das obrigações trabalhistas e sociais do pessoal utilizado na execução do contrato, relativamente aos meses imediatamente anteriores.

## **13 - DISPOSIÇÕES GERAIS**

### **13.1 - PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS:**

13.1.1 - Durante a fase de preparação das propostas, os proponentes poderão formular, por escrito, questões relativas a esta licitação, conforme definido a seguir:

13.1.2 - Deverão ser encaminhadas por ofício em papel timbrado, assinado pelo representante legal da consulente, endereçada e devidamente protocolizadas no departamento de Compras e Licitações. Não serão aceitos esclarecimentos por Fac-Símile, email, Internet etc.

13.1.3 - As respostas aos pedidos de esclarecimentos serão divulgadas por notas informativas e/ou avisos divulgados na sede da Prefeitura Municipal de Maracajá/SC., e encaminhadas via e-mail aos consulentes.

13.1.4 - A cada resposta da Comissão será atribuído um número seqüencial, a partir do número 01 (um), e se ensejar alguma modificação quanto aos critérios de habilitação ou

formulação das propostas, será obedecido o disposto no artigo 21 § 4º, da Lei 8.666/93 e suas alterações.

13.1.5 - As questões poderão ser formuladas até no máximo 5 (cinco) dias anteriores do fixado para entrega das propostas, e se pertinentes, serão respondidos até 05 (cinco) dias da mesma data, observado o disposto no art. 110 - § único da Lei 8.666/93 e ulteriores alterações.

13.1.6 - Na contagem dos prazos, excluir-se-á o dia do recebimento dos envelopes.

13.1.7 - As questões formuladas fora do prazo do subitem anterior, se pertinentes, serão respondidas pessoalmente ao interessado.

### **13.2 - RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

13.2.1 - Os recursos das concorrentes contar-se-ão da publicação do resultado do julgamento nos órgãos oficiais de divulgação.

13.2.2 - Todos os recursos cabíveis, em conformidade com a Lei Federal 8666/93, com suas alterações, deverão ser endereçados à Comissão Permanente de Licitações, protocolizados no prazo de até 05 (cinco) dias úteis, contados da intimação da decisão da qual se recorre.

13.2.3 - Os recursos somente serão admitidos quando subscritos por representante legal, procurador com poderes específicos, sócio ou diretor da proponente.

13.2.4 - Não serão aceitos recursos por Fac-Símile, email, Internet, etc. O Município de Maracajá/SC., só aceitará recurso protocolizado no original até o dia acima designado.

### **13.3 - CONDIÇÕES COMPLEMENTARES**

13.3.1 - Toda documentação fornecida pelo Município de Maracajá/SC., somente poderá ser utilizada para elaboração de propostas, sendo vedada a sua reprodução, divulgação e/ou utilização, total ou parcial, para quaisquer outros fins que não os expressos nesta licitação, sob pena de responsabilidade pelo uso indevido desses documentos.

13.3.2 - O Município de Maracajá/SC., poderá anular ou revogar, total ou parcialmente, esta licitação, nas hipóteses legais, sem que caiba aos concorrentes direito a qualquer indenização ou compensação de qualquer natureza.

13.3.3 - As licitantes se obrigam a comunicar o Município de Maracajá/SC., a qualquer tempo antes da contratação, qualquer fato ou circunstância superveniente que altere as condições de habilitação, imediatamente após sua ocorrência.

13.3.4 - O Município de Maracajá/SC., poderá inabilitar, a qualquer tempo antes da contratação, a licitante sobre a qual venha a conhecer fato ou circunstância que desabone sua idoneidade.

13.3.5 - As multas aplicadas conforme especificações deste Edital serão pagas em até quarenta e oito horas, contadas do recebimento do documento de cobrança respectivo, sob pena de sujeitar-se à infratora aos procedimentos judiciais cabíveis.

13.3.6 - A empresa que se sagrar vencedora do certame obriga-se a cumprir a disposição legal contida no caput" do artigo 618 do Código Civil Brasileiro.



## **14 – DISPOSIÇÕES FINAIS**

14.1 - O Município de Maracajá/SC., não admitirá declarações posteriores à abertura das propostas, de desconhecimento de fatos, no todo ou em parte, que dificultem ou impossibilitem o julgamento das propostas ou a adjudicação à Licitante vencedora.

14.2 - É facultada, ao Presidente da Comissão e à Autoridade Superior, em qualquer fase da Licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente da proposta.

14.3 - Faz parte integrante deste processo licitatório:

Anexo I – Briefing;

Anexo II – Dados do licitante;

Anexo III – Minuta de Contrato;

Anexo IV – Modelo de Tabela de Pontuação;

Anexo V – Tabela Referencial de Preços).

14.4 - As condições de emissão de documentos de cobrança, pagamento, reajustes, garantia de execução contratual, penalidades, obrigações, responsabilidades e outras, são as estabelecidas neste Edital e na Lei Federal n.º 8.666/93 e posteriores alterações.

14.5 - Prevalecerá o disposto no presente edital sempre que houver dúvida entre este e os elementos a ele incorporados.

14.6 - Para dirimir todas as questões suscitadas na execução do contrato, não resolvidas administrativamente, será designado o Foro da Comarca de Araranguá, Estado de Santa Catarina.

**Maracaja – SC, 24 de outubro de 2017.**

**ARLINDO ROCHA**  
**Prefeito Municipal**

## **ANEXO I**

### **Ao edital de concorrência pública 059/2017**

#### **BRIEFING COM DIRETRIZES PARA CRIAÇÃO DE CAMPANHA SIMULADA (PROPOSTA TÉCNICA)**

##### **1) INTRODUÇÃO**

A Constituição Federal de 1988 estabelece que “a publicidade dos atos, programas, obras, serviços, e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos”.

Para que estes objetivos sejam atingidos, foi preparado este “briefing”, para servir de suporte para a elaboração e ao julgamento das propostas técnicas, contendo o ideário básico de diretrizes e normas que devem nortear a agência de publicidade na criação da campanha institucional externa deste objeto.

A campanha simulada será desenvolvida para efeito, unicamente, de julgamento da presente licitação, do tipo melhor técnica, não gerando para a Administração Municipal de Maracajá a obrigação de executá-la a qualquer tempo.

##### **2) O CLIENTE:**

Para a formulação da campanha simulada, ou seja, a proposta técnica, a licitante deverá considerar como cliente a Administração Municipal de Maracajá.

Para fins de Comunicação, a estrutura d Administração Municipal de Maracajá, é constituída de:

- a) GOVERNO CENTRAL;**
- b) DEPARTAMENTO MUNICIPAL DE SAÚDE;**

##### **3) CARACTERIZAÇÃO:**

São serviços de publicidade, para fins deste briefing, aqueles com conteúdo informativo, educativo ou de orientação social, destinados a informar o público, promover divulgação de serviços de publicidade legal, institucional ou promocional de ações, ou serviços prestados pelo

município à população, através dos diversos meios de comunicação, bem como o planejamento, concepção, execução, de acordo com a política de comunicação adotada pela administração municipal.

A comunicação do poder executivo municipal baseia-se nos princípios de que é direito da população ser informada e é dever da administração informar. Essa comunicação deve vincular-se a objetivos sociais de interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social. É por meio da comunicação do poder executivo que as pessoas são informadas dos seus direitos e deveres, das ações da prefeitura e dos benefícios dessas ações. Nesse sentido, a comunicação cumpre importante função institucional de fortalecer a cidadania.

A Administração Municipal de Maracajá objetiva, desta forma, fazer alcançar uma mesma linguagem por toda população no que diz respeito às suas ações.

Isso pode ser resumido assim:

- estreitamento das relações da sociedade com a Administração Municipal;
- incremento à arrecadação de tributos municipais;
- estabelecimento de campanhas educativas e informativas;
- transparência a informações administrativas inclusive no tocante a números e orçamento;
- facilitação à compreensão de medidas político-administrativas;
- despertar o cidadão ao engajamento sociocomunitário, socioeconômico e sócioadministrativo;
- atração de investimentos para o território municipal e sua economia;
- divulgação do município, suas riquezas, potencialidade, sua gente.

#### **4) CONTEÚDO**

Divulgar, motivar e mobilizar a população com informações precisas, objetivas, elucidativas e educativas a respeito de ações do Poder Executivo Municipal.

#### **5) PRODUÇÃO E MÍDIA**

A dotação disponível para este processo licitatório deverá ser aplicada, no que tange as despesas de produção e veiculação, conforme as necessidades do cliente de produção e veiculação, estando nela incluídos os valores de remuneração legal da agência de propaganda que vier a ser contratada. As estratégias de mídia deverão sempre buscar a melhor cobertura e o

alcance do público específico, otimizando, ao máximo, os recursos disponíveis levando sempre em conta sua limitação e a realidade sócio-econômica da Administração Municipal.

## **6) TEMA**

**“RESÍDUOS SÓLIDOS: RECICLAR É PRÁTICA DE UM POVO SUSTENTÁVEL”**

## **7) OBJETIVO DA CAMPANHA**

Atuar de forma intensa para suscitar no cidadão maracajaense a importância do processo de reciclagem de todos os resíduos sólidos coletados em todos os domicílios do município e processados no Centro de Triagem de Resíduos Sólidos Acendino José Capela, por uma equipe formada por oito pessoas. Em cada saco de lixo doméstico se constata que não chega a 10% as famílias que fazem a separação dos chamados resíduos secos, dos molhados.

Sem que haja a separação por parte das famílias, mais da metade dos resíduos secos deixam de ser reciclados por ficarem contaminados por resíduos orgânicos ou de outra natureza. O prejuízo é duplo. Resíduos que poderia ser reciclados acabam indo para o aterro sanitário e a Administração Municipal é obrigada a pagar mais para depositar no aterro os resíduos que coleta e que poderia ser reciclados e tornados renda para o município.

## **8) VERBA DISPONÍVEL**

O Valor da Verba será de R\$ 30.000,00 (Trinta mil reais) para a Campanha Simulada, nele deverão estar incluídos:

Instruções relativas à simulação de campanha publicitária, que deverá atender para as seguintes observações:

• para o cálculo da distribuição dos custos de produção e veiculação da campanha simulada, a licitante utilizará os seguintes critérios:

- Custos de criação;
- Custos de produção;
- Custos de veiculação;
- Custos de remuneração legal da licitante;

**a)** Na formulação deste quesito – campanha simulada, as concorrentes deverão obrigatoriamente utilizar-se dos valores da Tabela Referencial de Preços vigente do SINAPRO/SC;

**b)** Na simulação de mídia a proponente deve considerar os valores reais das tabelas de preço dos veículos de comunicação, não sendo necessário anexá-las à proposta técnica;

**c)** A veiculação ou não da campanha simulada vencedora ficará a critério da Prefeitura Municipal de Maracajá;

**d)** Será desclassificada a proposta que consignar preços manifestadamente inexequíveis ou antieconômicos.

**e)** Período de veiculação das campanhas simuladas deverá ser de 30 (trinta) dias.

## **9) RECOMENDAÇÕES**

Recomenda-se à agencia vencedora deste processo licitatório priorizar a utilização de recursos humanos, materiais e empresariais disponíveis no município de Maracajá.

**ANEXO II**

**Ao edital de concorrência publica 059/2017**

**DADOS DO LICITANTE**  
**(ITEM NÃO DESCLASSIFICATÓRIO)**

**DADOS DO FORNECEDOR**

**Razão Social:**

**CNPJ:**

**Endereço Completo:**

**Telefone:**

**E-mail:**

**Responsável pela Assinatura do Contrato:**

**RG do Responsável:**

**CPF do Responsável:**

## **ANEXO III**

### **Ao edital de concorrência pública 059/2017**

#### **Processo Licitatório nº 059/2017 – Modalidade Concorrência Pública**

#### **CONTRATO Nº XX/2017**

Pelo presente instrumento jurídico, de um lado, o **MUNICÍPIO DE MARACAJA**, pessoa jurídica de direito público, com sede à Avenida Getúlio Vargas, nº. 530, Bairro Centro, Cidade de Maracajá/SC, inscrito no CNPJ/MF sob o nº **XXXXXXXXXXXXXXXXXX**, representado neste ato pelo Prefeito, Sr. Arlindo Rocha, doravante denominado **CONTRATANTE**, e a empresa **XXXXXXXXXXXXXXXXXX**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob o nº **XX.XXX.XXX/XXXX-XX**, estabelecida a Rua **XXXXXXXXXX**, nº **XXX**, bairro **XXXX**, **XXXXXXXXXX/XX**, representada neste ato por seu representante legal, Sr. **XXXXXX**, portador da Cédula de Identidade nº **XXX.XXX**, inscrito no CPF sob o nº **XXX.XXX.XXX/XX**, doravante denominada **CONTRATADA**, têm entre si justo e contratado o que consta nas cláusulas e condições abaixo.

#### **1 - DO OBJETO:**

1.1 - Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral, bem como, a contratação de serviços pertinentes complementares, para atendimento das necessidades de comunicação do Município de Maracajá.

#### **2 - DOS DOCUMENTOS:**

2.1 - Para todos os efeitos legais, para melhor caracterização da execução, bem como, para definir procedimentos e normas decorrentes das obrigações ora contraídas, integram este Contrato, como se nele estivessem transcritos, com todos os seus Anexos, os seguintes documentos:

- a) Edital de Concorrência Pública nº. XXX/2017 e seus anexos;
- b) Proposta de Preço da contratada;
- c) Ata de Reunião de Julgamento de Proposta;

2.2 - Os documentos referidos no presente item são considerados suficientes para, em complemento a este Contrato, definir a sua extensão e, desta forma, reger a execução do objeto contratado.

**2.3 Do preço e da Execução:** Para a execução do objeto ora contratado e descrito na cláusula anterior, o contratante pagará à contratada, a importância máxima de R\$ ..... (.....), não estando o Município de Maracajá obrigada a realizá-la em sua totalidade, e não cabendo à Contratada o direito de pleitear qualquer tipo de reparação ou compensação pelo não uso do total da verba.

2.3.1 - Para fins de aplicação de reajuste contratual adotar-se-á o IPCA/IBGE ou outro que venha a substituí-lo.

2.3.2 - O fornecimento do objeto será de forma parcelada e em regime de execução indireta.

2.3.3 - O presente contrato poderá sofrer alterações contratuais com acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias à execução do objeto, até o limite de 25% (vinte e cinco) e inclusive a possibilidade de prorrogação nos termos da Lei nº 8.666/93.

### **3 - DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO:**

**3.1** - As faturas deverão ser emitidas contra o Município de Maracajá, no primeiro dia subsequente à comunicação do valor aprovado e terão vencimento até o 10º (décimo) dia do mês subsequente ao da prestação dos serviços, desde que devidamente aprovadas pela assessoria de imprensa do município;

**a)** A atestação da Nota Fiscal se dará mediante o “**CERTIFICO**” pelo responsável do órgão competente autorizado para o recebimento dos serviços, devidamente assinado, datado e com aposição do respectivo carimbo funcional, depois de devidamente conferidas as quantidades e valores.

**b)** a CONTRATADA deverá destacar na nota fiscal/fatura, além do número e a data de assinatura do contrato, os dados bancários: Banco, Agência e nº Conta-Corrente.

**c)** O prazo de pagamento previsto no item acima, só vencerá em dia de expediente normal, na cidade de Maracajá-SC, postergando-se, em caso negativo, para o primeiro dia útil subsequente.

**3.2.** Havendo atraso no pagamento incidirá sobre o valor devido pelo CONTRATANTE a atualização financeira até a data do efetivo pagamento, calculada pro-rata die pelo índice estabelecido pelo Governo Federal, exceto se as ocorrências forem de responsabilidade da CONTRATADA.

**3.3.** A CONTRATADA deverá exibir nas datas de liquidação, obrigatoriamente, o recolhimento relativos a Seguridade Social (CND do INSS) e do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (CRF do FGTS), devidamente atualizados, sob pena do órgão competente do CONTRATANTE sustar o pagamento respectivo e/ou pagamentos subsequentes, sustação essa que só será liberada mediante apresentação dos mesmos. **A CONTRATADA com sede no Município de Maracajá-SC também deverá apresentar Certidão Negativa de Débito Municipal e ainda, comprovante de recolhimento do ISS, sob pena de retenção.**

**3.4.** O não cumprimento do subitem acima não poderá ser considerado como atraso de pagamento, e em consequência, não cabendo ao CONTRATANTE qualquer ônus financeiro.

**3.5.** A CONTRATANTE não efetuará aceite de títulos negociados com terceiros, isentando-se quaisquer consequências surgidas e responsabilizando a CONTRATADA por perdas e danos em decorrência de tais transações.

**3.6.** A CONTRATANTE não pagará juros de mora por atraso de pagamento referente a serviços com ausência total ou parcial de documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.



**3.7** - As faturas que apresentem incorreções serão devolvidas ao emitente, e seu vencimento ocorrerá 05 (cinco) dias após a data de sua reapresentação;

**3.8** - O pagamento das faturas seguirá a estrita ordem cronológica das datas de sua exigibilidade;

**3.9** - Os pagamentos serão efetuados através do crédito em conta corrente bancária da contratada;

**3.10** - Por ocasião da apresentação das faturas à Administração, para efeito de pagamento, a contratada deverá demonstrar e comprovar, necessariamente, através de documentação hábil, o atendimento e observância das obrigações trabalhistas e sociais do pessoal utilizado na execução do contrato, relativamente ao meses imediatamente anteriores.

#### **4 - DOS PRAZOS:**

4.1 - O presente contrato terá vigência por um período de 12 (doze) meses, tendo seu início contado a partir da assinatura do contrato, podendo ser prorrogado nos termos da legislação vigente, limitada sua vigência a 60 (sessenta) meses;

4.2 - A decisão sobre a prorrogação observará o resultado de avaliações a serem realizadas pelo contratante;

4.3 - As prorrogações serão formalizadas por meio de Termo Aditivo e publicadas na imprensa oficial do Município de Maracajá.

#### **5 - DA FISCALIZAÇÃO:**

5.1 - Fica expressamente consignado, que a fiscalização da execução do objeto do presente contrato estará a cargo e exclusivo critério da Secretaria de Administração e Finanças, com o poder de solicitar, receber ou rejeitar os serviços realizados;

5.2 - Essa fiscalização, em nenhuma hipótese, eximirá a contratada das responsabilidades contratuais e legais, bem como, sobre danos materiais ou pessoais que forem causados a terceiros, seja por atos ou omissões da firma, de seus funcionários ou preposto;

#### **6 - DAS SANÇÕES:**

6.1 - A não prestação dos serviços no prazo assinalado importará na aplicação à contratada de multa diária na ordem de 0,5% (meio por cento) sobre o valor do contrato;

6.2 - Se a contratada se recusar a entregar os materiais ao contratante dentro do prazo de validade da proposta, será aplicada multa de 20% (vinte por cento) do(s) valor total do contrato, bem como a aplicação das penalidades previstas no artigo 87 da lei 8.666/93;

6.3 - Confiada à contratação à proponente vencedora e não satisfeitas as exigências técnicas e/ou comerciais dos compromissos assumidos, será aplicada a multa de 20% (vinte por cento) do valor total do contrato, bem como a aplicação das penalidades previstas no artigo 87 da lei 8.666/93.

6.4 - A inexecução parcial ou total do contrato importará à contratada as penalidades previstas no artigo 87 da 8.666/93, bem como a multa de 20% (vinte por cento) sobre o valor do Contrato;

6.5 - À contratada será aplicada a multa de 20% do valor total do contrato no caso de descumprimento de qualquer outra obrigação a ela imposta no presente ajuste;

6.6 - Será propiciada ampla defesa à contratada, antes da imposição das penalidades elencadas neste contrato;

6.7 - As eventuais multas aplicadas por força do disposto nos subitens precedentes não terão caráter compensatório, mas simplesmente moratório e, portanto, não eximem a contratada da reparação de possíveis danos, perdas ou prejuízos que os seus atos venham a acarretar, nem impedem a declaração da rescisão do pacto em apreço;

6.8 - Os valores pertinentes às multas aplicadas serão descontados dos créditos a que a contratada tiver direito, ou cobrados judicialmente;

6.9 - Os serviços serão prestados diretamente pela contratada, vedada a cessão, transferência ou subcontratação, total ou parcial, exceto se previstas neste contrato.

## **7 – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

**7.1** Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:

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

**7.1.2** Realizar, com recursos próprios e, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores e veículos - todos os serviços relacionados com o objeto deste Contrato, observadas as especificações estabelecidas pelo(a) CONTRATANTE.

**7.1.3** A seu critério, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz e/ou filiais para serviços de criação e de produção, bem como de outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições ora acordadas.

**7.1.4** Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços objeto deste Contrato, admitida sua substituição por profissionais com experiência equivalente ou superior.

**7.1.5** Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir ao(a) CONTRATANTE as vantagens obtidas.

**7.1.6** Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, observadas as seguintes disposições:

**7.1.6.1** Apresentar 03 (três) propostas obtidas entre pessoas jurídicas previamente cadastradas pelo(a) CONTRATANTE, nos termos do disposto no art. 14 da Lei n.º 12.232/10.

**7.1.6.2** Se não houver possibilidade de obter 03 (três) propostas de preços, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

**7.1.7** Obter a aprovação prévia e expressa do(a) CONTRATANTE, para autorizar despesas com produção, veiculação ou qualquer outra relacionada com este Contrato.

**7.1.8** Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste Contrato, em qualquer hipótese, à prévia e expressa anuência do(a) CONTRATANTE.

**7.1.8.1** A contratação de serviços ou compra de material em empresas em que a CONTRATADA ou seus empregados tenham, direta ou indiretamente, participação societária ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar ao(a) CONTRATANTE este vínculo e obter sua aprovação.

**7.1.9** As informações sobre a execução do Contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços e veículos, serão divulgadas em site aberto pelo(a) CONTRATANTE, garantido o livre acesso por quaisquer pessoas.

**7.1.9.1** A CONTRATADA inserirá as informações sobre valores pagos pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

**7.1.10** Entregar ao(a) CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, um relatório de despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, este com os dados mais relevantes para uma avaliação do estágio em que se encontram.

**7.1.11** Prestar esclarecimentos ao(a) CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

**7.1.12** Não caucionar ou utilizar o presente Contrato como garantia para qualquer operação financeira.

**7.1.13** Manter, durante a execução deste Contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste.

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

**7.1.15** Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos por ela, 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.

**7.1.16** Apresentar, quando solicitado pelo(a) CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

**7.1.17** 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.

**7.1.17.1** Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar o(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 ao(a) CONTRATANTE, as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

**7.1.18.** 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.

**7.1.19** Sujeitar-se à mais ampla e irrestrita fiscalização e supervisão, no que tange ao objeto do presente Contrato, prestando os esclarecimentos solicitados e atendendo às determinações efetuadas.

**7.1.20** Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 05 (cinco) anos após a extinção do Contrato.

## **DAS OBRIGAÇÕES D(A) CONTRATANTE**

**8.1** Constituem obrigações do(a) CONTRATANTE, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:

**8.1.1** Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

**8.1.2** 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 vinte quatro horas úteis;

**8.1.3** Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

**8.1.4** Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

**8.1.5** Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste Contrato;

**8.1.6** Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;

**8.1.7** Abrir, na internet, um site próprio para divulgação das informações sobre a execução deste Contrato, conforme disposto no art. 16 e parágrafo único, da Lei n.º 12.232/10.

## **9 - DA RESCISÃO:**

9.1 - A inexecução total ou parcial do contrato, sem prejuízo da aplicação da sanção prevista na cláusula sexta e das demais conseqüências previstas em lei, enseja a sua rescisão por ato unilateral e escrito do contratante, independentemente de notificação prévia, devendo o ato ser

formalmente motivado nos autos do processo, estando assegurado o contraditório e a ampla defesa;

9.2 - Considera-se, ainda, como motivo para rescisão do contrato as demais hipóteses previstas no art. 78 e seus incisos da Lei Federal nº 8.666/93 e suas alterações, ficando esse direito expressamente reconhecido pela contratada.

#### **10 – DAS DOTAÇÕES ORÇAMENTÁRIAS:**

10.1 - As despesas decorrentes da contratação correrão por conta das dotações orçamentárias próprias consignadas no Orçamento Geral do Município de Maracajá, na classificação orçamentária abaixo relacionada: Elemento de Despesa: **03.01.2.003.3.3.90** – Manutenção da Secretaria de Administração e Finanças.

10.2 - Se o contratante optar pela prorrogação deste contrato serão consignados nos próximos exercícios às dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

#### **11 - DA LEGISLAÇÃO APLICÁVEL:**

10.1 - O presente contrato reger-se-á pela Lei nº 12.232/10, Lei nº 8.666/93; Lei nº 4.680/65; Decreto Federal nº 57.690/66; Normas-Padrão da Atividade Publicitária emanadas do CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão; Código de Ética dos Profissionais de Propaganda; **demais** legislações pertinentes e disposições do Edital.

#### **12 - DO FORO:**

12.1. As partes Contratantes elegem o foro da Comarca de Maracajá, Estado de Santa Catarina, para dirimir qualquer pendência originada na execução deste contrato, com renúncia expressa de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

Assim, por estarem justos e contratados, assinam o presente contrato em 02 (duas) vias de igual teor na presença de duas testemunhas que a tudo assistiram e abaixo assinam.

Maracajá/SC, ..... de ..... de .....

---

XXXXX  
Prefeito Municipal

---

XXXXX  
Contratada

## ANEXO IV

### Processo Licitatório nº 059/2017 – Modalidade Concorrência Pública

#### MODELO DE TABELA DE PONTUAÇÃO

<b>PLANO DE COMUNICAÇÃO</b>		
<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos Avaliados</b>	<b>Pontuação</b>
<b>1 – RACIOCÍNIO BÁSICO</b>  Texto de até quatro laudas em que o Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação do Município de Maracajá.	a) O papel da Prefeitura Municipal de Maracajá frente aos interesses da sociedade	
	b) As características da Prefeitura Municipal e de suas áreas de atuação	
	c) Problema Específico de comunicação da Prefeitura Municipal de Maracajá	
<b>Subtotal</b>		

<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos Avaliados</b>	<b>Pontuação</b>
<b>2 – ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO</b>  Texto de até quatro laudas em que o Licitante exponha a estratégia de comunicação.	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas do Município de Maracajá, conforme briefing.	
	b) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do Município de Maracajá com seus públicos.	
	c) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação do Município de Maracajá.	
	d) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	
<b>Subtotal</b>		
<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos Avaliados</b>	<b>Pontuação</b>
<b>3 - IDEIA CRIATIVA</b>  Síntese da estratégia de	a) Adequação ao problema específico de comunicação do Município de Maracajá.	

comunicação, expressa sob a forma de redução de mensagem.	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos do Município de Maracajá.	
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações.	
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	
	f) Sua pertinência a atividade desenvolvida pelo Município de Maracajá. E sua inserção na sociedade.	
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas.	
	h) A exeqüibilidade das peças.	
	i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	
<b>Subtotal</b>		

<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos Avaliados</b>	<b>Pontuação</b>
<b>4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA</b>  Texto de até quatro laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários.	
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores.	
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Município de Maracajá.	
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	
<b>Subtotal</b>		
<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos Avaliados</b>	<b>Pontuação</b>
<b>5 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO</b>	a) Adequação das qualificações a estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso,	

Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	também a quantificação dos quadros.	
	b) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato.	
	c) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente à disposição do Município de Maracajá, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	
	d) A operacionalidade do relacionamento entre o Município de Maracajá e a Licitante, a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta. Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	
<b>Subtotal</b>		

<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos Avaliados</b>	<b>Pontuação Máxima</b>
<b>6 – REPERTÓRIO</b>  Apresentação de peças com indicação sucinta do problema que se propõe a resolver	a) Ideia criativa e sua pertinência.	
	b) Clareza da exposição do problema publicitário.	
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	
	d) Relevância dos resultados apresentados.	
	e) Qualidade da execução do acabamento.	
<b>Subtotal</b>		
<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos Avaliados</b>	<b>Pontuação</b>
<b>7 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DA</b>	a) Concatenação lógica da exposição.	



<b>COMUNICAÇÃO</b>  Case <i>history</i> formalmente referendado pelo respectivo cliente.	b) Evidência de planejamento publicitário.	
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	
	d) Relevância dos resultados apresentados. Case <i>history</i> formalmente referendado pelo respectivo cliente.	
<b>Subtotal Máximo – 15 Pontos</b>		

<b>PONTUAÇÃO GERAL</b>		
Quesitos Avaliados	Pontuação Máxima a ser Atribuída	Pontuação Atribuída ao Licitante
<b>1 – Raciocínio Básico</b>	<b>15 Pontos</b>	
<b>2 – Estratégia de Comunicação</b>	<b>15 Pontos</b>	
<b>3 – Ideia Criativa</b>	<b>15 Pontos</b>	
<b>4 – Estratégia de Mídia</b>	<b>15 Pontos</b>	
<b>5 – Capacidade de Atendimento</b>	<b>10 Pontos</b>	
<b>6 - Repertório</b>	<b>15 Pontos</b>	
<b>7 – Relato de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>15 Pontos</b>	
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>100 Pontos</b>	

Nome do Julgador: \_\_\_\_\_

Argumentação: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Assinatura do Julgador:** \_\_\_\_\_

## **ANEXO V**

### **Ao edital de concorrência pública 059/2017**

#### **PROCESSO LICITATÓRIO DE CONCORRENCIA PÚBLICA Nº**

(PAPEL TIMBRADO DA LICITANTE)

#### **MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS - Preços Sujeitos a Valoração**

**AO  
MUNICIPIO DE MARARAJÁ  
SECRETARIA MUNICIPAL DE MARACAJÁ  
Comissão Permanente de Licitações**

**Ref.: Concorrência nº. 059/2017**

#### **1. Preços sujeitos a valoração**

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

a) desconto de \_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_ por cento) sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina;

b) percentual de honorários.....%(.....) (de 10(dez) a 15 % (quinze por cento), incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/65;

c) percentual de honorários.....%(.....),(5 (cinco) a 10% (dez por cento)), incidente sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas e préteste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual.

#### **2. Outras declarações**

**2.1.** Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de comunicação e de divulgação, transferindo à Diretoria de Comunicação as vantagens obtidas, nos termos do disposto no art. 15, Parágrafo único, da Lei n.º 12.232/2010.

**2.2.** Esta Proposta de Preços está sendo apresentada em conformidade com o Edital da concorrência em referência.

\_\_\_\_\_  
<nome completo da licitante, nome, cargo e  
assinatura do(s) seu(s) representante(s) legal(is)>

Local e data: \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.