

## Edital de Concorrência para Contratação de Serviços de Publicidade.

Concorrência n.º \_\_\_\_/2010

Processo n.º \_\_\_\_/2010

A **PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE \_\_\_\_\_**, doravante denominada \_\_\_\_ (sigla identificadora)\_\_\_\_, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação – **CPL**, torna público que realizará **concorrência** do tipo **melhor técnica**, para contratação de serviços publicitários.

Os envelopes contendo as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos no dia \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2010, às 00h00 ou, se não houver expediente nesta data, no primeiro dia útil subsequente, no seguinte endereço \_\_\_\_ (rua, n.º, cidade e estado)\_\_\_\_. As Propostas Técnicas serão abertas na data de recebimento, obedecidos os trâmites do procedimento licitatório contemplados neste Edital.

Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário, nos termos da Lei n.º 8.666/93 com alterações posteriores, da Lei n.º 12.232/10 aplicável subsidiariamente, da Lei n.º 4.680/65 e disposições deste Edital.

Os serviços publicitários objeto da presente Concorrência apenas serão contratados junto a Agências de Propaganda que detenham o Certificado de Qualificação Técnica emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – **CENP**.

### 1. OBJETO

A presente Concorrência destina-se à contratação de Agência de Propaganda para prestação dos serviços publicitários previstos no item 1.1.

1.1. Os serviços publicitários objeto da presente Concorrência, compreendem:

- a) estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação;
- b) planejamento e 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 difundidos os materiais e ações publicitárias, ou sobre os resultados das campanhas realizadas;

- c) a produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- d) a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.2. A Agência atuará por ordem e conta da \_\_\_\_ (sigla)\_\_\_\_, em conformidade com o art. 3º da Lei n.º 4.680/65, na contratação de:

- a) fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, materiais e demais serviços conexos previstos no item 1.1, alíneas “a”, “b” e “c”;
- b) veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários, sem qualquer restrição de mídia.

### 2. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

2.1. Poderá participar desta Concorrência, a licitante que atender a todas as condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

2.2. Não poderá participar desta licitação a licitante:

- a) em processo de recuperação judicial ou falência, sob concurso de credores, em dissolução ou em liquidação, cisão, fusão ou incorporação;
- b) que por qualquer motivo tenha sido considerada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública, direta ou indireta, federal, estadual ou municipal;
- c) que esteja reunida em consórcio;
- d) estrangeira, sem sede no País.

2.2.1. Nenhuma licitante poderá participar desta Concorrência sem estar certificada pelo

Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP.

2.3. A participação na presente Concorrência implica tacitamente, para a licitante, na confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o envelope n.º 1, conforme previsto no subitem 3.1.1.1.5, e as informações necessárias ao cumprimento desta Concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e seus Anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

### 3. APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

3.1. As Propostas Técnica e de Preços deverão ser apresentadas à Comissão Permanente de Licitação em **envelopes distintos e separados**, todos fechados, os quais deverão ser identificados com as informações abaixo previstas.

3.1.1. A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em 03 (três) envelopes distintos a saber:

- a) Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada**: envelope n.º 1, fornecido pela **CPL**;
- b) Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**: envelope n.º 2;
- c) Demais informações integrantes da Proposta Técnica: envelope n.º 3.

3.1.1.1. O envelope n.º 1, Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária (**VIA NÃO IDENTIFICADA**) deverá conter: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia. Não poderá ter nenhuma identificação na parte externa, para preservar o sigilo quanto à autoria do

- Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do envelope n.º 2.
- 3.1.1.1.1 A CPL só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada**, se estiver acondicionado no envelope n.º 1, fornecido obrigatoriamente, pela CPL.
- 3.1.1.1.2 O Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada**, deverá ser redigido em língua portuguesa, exceção feita a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:
- em papel A4, branco;
  - com espaçamento de 2cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
  - sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
  - com textos justificados;
  - com espaçamento “simples” entre as linhas;
  - com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;
  - com numeração em todas as página, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
  - em caderno único;
  - sem identificação da licitante.
- 3.1.1.1.2.1 As especificações do subitem 3.1.1.1.2 aplicam-se, no que couber, ao subquesto “Idéia Criativa”.
- 3.1.1.1.2.2 As tabelas, gráficos e planilhas do subquesto “Estratégia de Mídia e Não Mídia”, poderão ter fontes tipográficas habitualmente utilizadas nesses documentos.

- 3.1.1.1.3 O Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada**, não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação de sua autoria.
- 3.1.1.1.4 Os exemplos de peças que integram a “Idéia Criativa”, sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se ao tamanho do envelope n.º 1.
- 3.1.1.1.5 O envelope n.º 1, deverá ser retirado pela licitantes no seguinte endereço \_\_\_\_\_ das \_\_\_\_às \_\_\_\_horas.
- 3.1.2. O Plano de Comunicação Publicitária , **Via Identificada**, deverá ser apresentado no envelope n.º 2, assim identificado, mediante aposição de etiqueta:

#### ENVELOPE N.º 2

**PROPOSTA TÉCNICA:** Plano de Comunicação Publicitária  
**VIA IDENTIFICADA:** (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia)  
Razão Social da Licitante:  
CNPJ/MF:  
Concorrência n.º \_\_\_\_/2010

- 3.1.2.1. O envelope n.º 2 será providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até a sua abertura.
- 3.1.2.1.1. O Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**, sem os exemplos de peças que ilustram a “Idéia Criativa”, deverá constituir-se em uma **cópia da via não**

**identificada**, com a identificação da licitante e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

- 3.1.3. Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, serão informados no envelope n.º 3, assim identificado, mediante aposição de etiqueta:

#### ENVELOPE N.º 3

**PROPOSTA TÉCNICA:** (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação)  
Razão Social da Licitante:  
CNPJ/MF:  
Concorrência n.º \_\_\_\_/2010

- 3.1.3.1. O envelope n.º 3 será providenciado pela licitante, e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- 3.1.3.2. O envelope n.º 3 e os documentos nele condicionados (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada** e que permita a identificação da autoria da mesma, antes da abertura do envelope n.º 2.

- 3.1.4. A Proposta de Preços deverá ser acondicionada no envelope n.º 4 , assim identificado, mediante aposição de etiqueta:

#### ENVELOPE N.º 4

#### PROPOSTA DE PREÇOS

Razão Social da Licitante:

CNPJ/MF:

Concorrência n.º \_\_\_\_/2010

3.1.4.1. O envelope n.º 4 será providenciado pela licitante e deverá ser inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

3.1.4.2. A Proposta de Preços deverá ser apresentada em papel timbrado da licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, com clareza, sem emendas ou rasuras. A Proposta de Preços deverá ser datada e assinada no documento referido no subitem 8.3. deste Edital, por quem detenha poderes de representação legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

3.2. No ato de entrega dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preços, o representante da licitante apresentará à **CPL**, o documento que o credencia a participar da licitação, juntamente com seu documento de identidade de fé pública.

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

3.2.2. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com poderes constantes do modelo que constitui o Anexo II. Na hipótese de apresentação por intermédio de procuração, deverá ser juntada a cópia autenticada em cartório, do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

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

3.2.4. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção, credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de substituição do representante no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

#### 4. PROPOSTA TÉCNICA (Envelopes n.º 1, 2 e 3)

4.1. A Proposta Técnica consistirá em quatro quesitos:

4.1.1. **Plano de Comunicação Publicitária:** a licitante apresentará Plano de Comunicação Publicitária, elaborado com base no Briefing (**Anexo I** deste Edital), o qual compreenderá os seguintes subquesitos:

4.1.1.1. **Raciocínio Básico:** texto em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no Briefing,

principalmente sobre o problema específico de comunicação da \_\_\_\_ (sigla) \_\_\_\_;

4.1.1.2.

**Estratégia de Comunicação Publicitária:** texto em que a licitante:

a) apresentará e defenderá o partido temático e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação da \_\_\_\_ (sigla) \_\_\_\_;

b) explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer quando dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar.

4.1.1.3.

**Idéia Criativa:** a licitante desenvolverá campanha publicitária destinada a solucionar o problema específico de comunicação, observadas as seguintes disposições:

a) apresentará **relação de todas** as peças integrantes da campanha, incluídas as eventuais reduções e variações de formato e as peças que eventualmente extrapolarem o limite previsto na alínea a do subitem 4.1.1.3.1;

b) apresentará **exemplos** de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação;

c) O roteiro, layout, story-board impresso e "monstro" de spot de rádio

	<p>a que se refere o quesito <b>idéia criativa</b> estão limitados a uma peça para cada mídia de veiculação proposta pela agência.</p>	<p>4.1.1.4.1. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre pelo menos: o período de veiculação; os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, separadamente por meios; e os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça, separadamente, de mídia e de não mídia.</p>	<p>discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento;</p>
<p>4.1.1.3.1.</p>	<p>Os exemplos de peças:</p> <p>a) estão limitados a <b>dez</b>, independentemente da mídia de divulgação, do tipo ou característica da peça;</p> <p>b) podem ser apresentados sob forma de roteiro, leiaute e story-board impressos, para qualquer peça, e de "monstro", para rádio e internet;</p> <p>c) só serão aceitos finalizados em caso de não mídia;</p> <p>d) apresentados como parte de um kit serão computados individualmente no limite de que trata a alínea <b>a</b> do subitem 4.1.1.3.1.</p>	<p>4.1.1.4.2. No caso de não mídia, no resumo geral também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça.</p>	<p>c) as instalações, a infra-estrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;</p>
<p>4.1.1.4. constituída de:</p>	<p><b>Estratégia de Mídia e não Mídia</b> –</p> <p>a) texto em que, de acordo com as informações do Briefing, demonstrará a capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha (permitida a inclusão de tabelas, gráficos e planilhas) e indicará o uso dos recursos de comunicação próprios da ____ (sigla) ____;</p> <p>b) simulação de plano de distribuição de <b>todas</b> as peças de que trata a alínea <b>a</b> do subitem 4.1.1.3, acompanhada de tabelas, gráficos, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas.</p>	<p>4.1.1.4.3. Na simulação de que trata a alínea <b>b</b> do subitem 4.1.1.4.:</p> <p>a) os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos;</p> <p>b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/65;</p> <p>c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.</p>	<p>d) 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;</p> <p>e) a discriminação das informações de comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da ____ (sigla) ____, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.</p>
		<p>4.1.2. <b>Capacidade de Atendimento:</b> textos em que a licitante apresentará:</p>	<p>4.1.3. <b>Repertório:</b> apresentação, sob a forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/distribuídos/exibidos/expostos pela licitante.</p>
		<p>a) relação nominal dos principais clientes atuais da licitante, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;</p>	<p>4.1.3.1. Poderão ser apresentadas até dez peças, independentemente da mídia de divulgação, do tipo ou característica da peça.</p>
		<p>b) 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,</p>	<p>4.1.3.2. Para cada peça, deve ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que cada peça se propôs a resolver e a identificação da</p>

	licitante, título, data de produção, período de veiculação/distribuição/exibição/exposição e menção de pelo menos um veículo/espço que a divulgou/exibiu/expôs.		preservem suas dimensões originais e sua leitura.		
4.1.3.3.	As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.	4.2.	O texto pertinente ao Plano de Comunicação Publicitária está limitado a oito páginas, ressalvado que não serão computados nesse limite as páginas utilizadas eventualmente, apenas para separar os textos dos quesitos, a página com a relação prevista na alínea <b>a</b> do subitem 4.1.1.3, os roteiros das peças de que trata a alínea <b>b</b> do subitem 4.1.1.3 e os textos, tabelas, gráficos e planilhas referentes às alíneas <b>a</b> e <b>b</b> do subitem 4.1.1.4.		b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes municipal, relativa à sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta Concorrência;
4.1.3.4.	As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela ___(sigla)___.	4.3.	A critério da ___(sigla)___, a campanha publicitária da Proposta vencedora poderá ou não vir a ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do contrato.		c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;
4.1.3.5.	As peças que constituem o <b>relatório</b> estão limitadas a três para cada uma das mídias de veiculação selecionadas pela licitante, como as mais representativas de suas características, observado o limite total fixado no subitem 4.1.3.1.	5.	<b>PROPOSTA DE PREÇOS</b> (Envelope n.º 4)		d) Certidão Negativa de Débito expedida pela Secretaria da Fazenda do Município em que estiver localizada a sede da licitante;
4.1.4.	<b>Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:</b> deverão ser apresentados até dois casos, relatando, em no máximo duas páginas cada, soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação propostas pela licitante e implementadas por anunciantes.	5.1.	A Proposta de Preços deverá ser apresentada de conformidade com o estabelecido no Anexo III.		e) Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social – CND, em vigor na data de apresentação dos documentos de habilitação;
		6.	<b>DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO</b>		f) Certificado de Regularidade de Situação junto ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS, em vigor, na data de apresentação dos documentos de habilitação.
4.1.4.1.	Os relatos terão de ser formalmente referendados pelos respectivos anunciantes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela ___(sigla)___.	6.1.	Somente as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnica e de Preços, apresentarão os documentos relativos à habilitação, consistentes em:		
		6.1.1.	<b>Habilitação Jurídica</b>		
		a)	ato constitutivo, estatuto ou contrato social devidamente registrado, e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, no caso de sociedades por ações;		
		b)	inscrição do ato constitutivo em Cartório de Registro de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício.	6.1.2.1.	As certidões que não apresentarem prazo de validade, serão consideradas válidas pelo prazo de noventa dias, contados da data da respectiva emissão.
4.1.4.2.	É permitida a inclusão de até cinco peças, independentemente da mídia de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato, sendo que as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD e as peças gráficas, em proporções que	6.1.2.	<b>Regularidade Fiscal</b>	6.1.3.	<b>Qualificação Técnica:</b> três declarações, expedidas por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta Concorrência.
		a)	prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ(MF);		

6.1.4.

**Qualificação Econômico – Financeira**

- a) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta;
- b) certidão negativa de falência, concordata, de execução patrimonial expedida pelo distribuidor da sede do licitante;
- c) a boa situação financeira de todas as licitantes classificadas será avaliada pelos Índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), iguais ou maiores que 1 (um), resultantes da aplicação das fórmulas abaixo, com os valores extraídos de seu balanço patrimonial:

$$LG = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE} + \text{REALIZÁVEL A LONGO PRAZO}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIGÍVEL A LONGO PRAZO}}$$

$$SG = \frac{\text{ATIVO TOTAL}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIGÍVEL A LONGO PRAZO}}$$

$$LC = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE}}$$

- d) a licitante, que apresentar índice econômico igual ou inferior a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente, deverá comprovar que possui capital social mínimo ou patrimônio líquido mínimo de 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação.

- 6.1.4.1. 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; e
  - c) não serão aceitos documentos cujas datas estejam rasuradas.

6.1.5. A não apresentação de qualquer um dos documentos exigidos, implicará na imediata inabilitação da empresa, e conseqüente desclassificação do pleito.

**7. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA**

7.1. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por uma Subcomissão Técnica, que não poderá participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes n.ºs 1 e 3, de caráter público.

7.2. A CPL receberá os envelopes com as Propostas Técnica e de Preços, no local, dia e horário determinados neste Edital.

7.2.1. Os envelopes n.º 1, fornecidos pela CPL, somente serão por ela recebidos, se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

7.2.2. A CPL não lançará nenhum código, sinal ou marca nos envelopes padronizados, não identificados, que contém o Plano de Comunicação Publicitária (envelope n.º 1).

7.3. A CPL abrirá os envelopes n.ºs 1 e 3 em sessão pública, franqueando o exame dos documentos dele constantes aos presentes. Em seguida, encaminhará os envelopes n.ºs 1 e 3 à Subcomissão Técnica para análise e julgamento.

7.4. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, prevista na cláusula 9, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta:

7.4.1. Plano de Comunicação Publicitária.

7.4.1.1. Raciocínio Básico – acuidade de compreensão:

- a) das características da \_\_\_(sigla)\_\_\_ e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da \_\_\_(sigla)\_\_\_ com seus públicos;
- c) do papel da \_\_\_(sigla)\_\_\_ no atual contexto social, político e econômico;
- d) do problema específico de comunicação da \_\_\_(sigla)\_\_\_.

7.4.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da \_\_\_(sigla)\_\_\_ e a seu problema específico de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em

defesa do partido temático e do conceito propostos;

- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da \_\_\_(sigla)\_\_\_ com seus públicos;
- d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do problema específico de comunicação da \_\_\_(sigla)\_\_\_;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;
- g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a \_\_\_(sigla)\_\_\_ e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos da \_\_\_(sigla)\_\_\_ e a verba disponível.

7.4.1.3.

Idéia Criativa

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação da \_\_\_(sigla)\_\_\_;
- b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) a cobertura dos segmentos de público ensinada 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 da \_\_\_(sigla)\_\_\_ e à sua inserção na sociedade;
- g) os desdobramentos comunicativos que ensaja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) a exequibilidade das peças;
- i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

7.4.1.4.

Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos ;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da \_\_\_(sigla)\_\_\_;
- 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.

7.4.2.

Capacidade de Atendimento

- a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;
- b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária da \_\_\_(sigla)\_\_\_, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;
- c) a estrutura operacional disponível **na cidade-sede** da entidade durante a

execução do contrato e a qualidade dos profissionais estabelecidos **na cidade** da entidade;

- d) a operacionalidade do relacionamento entre a \_\_\_(sigla)\_\_\_ e a licitante, esquematizado na Proposta;
- e) a segurança técnica e operacional ensinada pelos procedimentos especificados na Proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da \_\_\_(sigla)\_\_\_, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

7.4.3.

Repertório

- a) a idéia criativa e sua pertinência;
- b) a clareza da exposição;
- c) a qualidade da execução e do acabamento.

7.4.4.

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.

7.5.

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

7.5.1.

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

(sessenta e cinco):

**a) Plano de Comunicação Publicitária**

**a1) Raciocínio Básico - dez**

– vinte

- a2) Estratégia de Comunicação Publicitária
- a3) Idéia Criativa – **vinte e cinco**
- a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia – **dez**
  
- b) Capacidade de Atendimento - **quinze**
- c) Repertório - **dez**
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – **dez**.

7.5.2. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica.

7.5.2.1. Se, na avaliação de um quesito ou subquesito, a diferença entre a maior e a menor pontuação for maior que 20% da pontuação máxima do quesito ou subquesito, será aberta discussão entre todos os membros da Subcomissão para apresentação, por seus autores, das justificativas das pontuações “destoantes”. Caso as argumentações não sejam suficientes ao convencimento dos membros da Subcomissão, os autores reavaliarão suas pontuações.

7.5.2.1.1. Caso os autores das pontuações destoantes não adotem novas pontuações, deverão registrar suas justificativas por escrito em ata, a qual deverá ser assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

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

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

7.6. Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) não alcançar, no total, a nota mínima de **oitenta** pontos;
- c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens **7.4.1.1 a 7.4.1.4 e 7.4.2. a 7.4.4.**

7.7. Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens **7.4.1, 7.4.2, 7.4.3 e 7.4.4.**

7.8. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela **CPL**, cuja data será divulgada na forma do item 11 e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

#### 8. VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

8.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

8.2. 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.

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

- a) desconto inferior a 10 % (dez por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do \_\_\_\_\_, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante;
- b) percentual de honorários superior 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 superior a 10% (dez 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.

8.4. A **CPL** atribuirá pontos para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	
Percentual de <b>desconto</b> sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do _____	
Percentual de <b>honorários</b> incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários cuja distribuição <b>não</b> proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação	
Percentual de <b>honorários</b> 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	

**Observação:** para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os te nas fórmulas da coluna **Pontos** pelas respectivas percentagens que Valoração, apresentada pelas licitantes, sem o símbolo “%”.

8.4.1. A nota de cada Proposta de Preços será obtida mediante a soma dos pontos dos quesitos constantes da tabela referida no subitem **8.4.**

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

8.4.2.1.	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 <b>não</b> 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.	9.2.3.	Até 48 (quarenta e oito) horas antes do sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa constante da relação publicada, desde que tenha fundamentação jurídica para tanto.	10.1.5.	disponível para a realização dos serviços objeto desta Concorrência.  A <b>CPL</b> poderá, no interesse da ____ (sigla) ____, relevar omissões puramente formais nas Propostas apresentadas pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela <b>CPL</b> .
8.5.	Quando todas as licitantes forem desclassificadas, a <b>CPL</b> poderá fixar o prazo de oito dias úteis para apresentação de novas Propostas escoimadas das causas que ensejaram a desclassificação.	9.2.4.	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 a ____ (sigla) ____.	10.1.6.	Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.
9.	<b>SUBCOMISSÃO TÉCNICA</b>	10.	<b>PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS</b>	10.1.7.	Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a <b>CPL</b> ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.
9.1.	A Subcomissão Técnica será constituída por três membros formados em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma destas áreas, sendo que, no mínimo, 1/3 (um terço) deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com a ____ (sigla) ____.	10.1.	À exceção do julgamento das Propostas Técnicas (envelopes n.ºs 01 e 03) que será realizado pela Subcomissão Técnica, todos os demais procedimentos e julgamentos serão efetuados e correrão sob a responsabilidade da <b>CPL</b> .	10.1.8.	A <b>CPL</b> poderá alterar as datas ou as pautas das reuniões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.
9.2.	A escolha nos membros da Subcomissão Técnica se dará por sorteio, realizado em sessão pública, cuja data, local e hora serão divulgados com antecedência, pela <b>CPL</b> .	10.1.1.	Serão realizadas cinco reuniões públicas, observados os procedimentos previsto neste Edital e na legislação em vigor.	10.2.	A primeira fase da primeira reunião pública será realizada no local, dia e hora previstos no preâmbulo deste Edital e terá basicamente a seguinte pauta:
9.2.1.	O sorteio será realizado entre os nomes de profissionais previamente cadastrados, que comporão uma lista que será publicada na imprensa oficial, com prazo mínimo de 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.	10.1.2.	Serão lavradas atas circunstanciadas de todas as reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da CPL ou da Subcomissão, conforme o caso, e pelos representantes das licitantes presentes.	a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 3.2; b) receber os envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4; c) conferir se os envelopes nº 1 apresentam em sua parte externa alguma menção que identifique a empresa licitante, ocorrência que impedirá a Comissão de receber também, todos os seus demais envelopes; d) abrir os envelopes nº 1 e 3.	
9.2.2.	A lista a que se refere o subitem 9.2.1, deverá ter, no mínimo, nove nomes, dos quais, três não podem manter vínculo algum com a ____ (sigla) ____.	10.1.3.	Os representantes das licitantes presentes poderão nomear uma comissão constituída de alguns entre eles para rubricar os documentos nas diversas reuniões públicas, decisão que constará da respectiva ata.		
		10.1.4.	A <b>CPL</b> poderá em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem		

10.2.1.	O presidente da <b>CPL</b> solicitará aos representantes das licitantes, ou a uma comissão por eles nomeada, que rubriquem todas as folhas contidas nos Invólucros nº 1 e 3 e formulem, se for o caso, impugnações relativamente à documentação ou protestos quanto ao transcurso desta Concorrência, para que constem da ata da reunião.	10.3.2.	<b>CPL</b> de forma idêntica à indicada no subitem 10.3.1.3.	representantes das licitantes presentes ou por comissão por elas indicada;
10.3.	Em ato contínuo, a <b>CPL</b> encaminhará os envelopes n.ºs 1 e 3, que compõem a Proposta Técnica, para análise e julgamento pela Subcomissão Técnica.	10.3.2.	A apuração do resultado geral das Propostas Técnicas, ocorrerá em sessão pública, observados os seguintes procedimentos:	b) examinar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas neste Edital, para elaboração das Propostas de Preços e julgá-las;
10.3.1.	A análise será individualizada e o julgamento do Plano de Comunicação Publicitária feito dentro do estabelecido no presente Edital, observados os critérios por ele fixados.	10.3.2.	a) abertura dos envelopes n.º 2, contendo a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária;	c) identificar a proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado, aos representantes das licitantes presentes;
10.3.1.1.	A Subcomissão Técnica elaborará as planilhas com as pontuações de cada um de seus membros e planilha totalizadora correspondente à soma da pontuação atribuída aos quesitos e subquesitos;	10.3.2.	b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para determinação de sua autoria;	d) realizar com a licitante mais bem classificada na fase de Proposta Técnica – caso não tenha ela apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista no art. 46, §1º, inc. II da Lei n.º 8.666/93, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;
10.3.1.2.	A Subcomissão Técnica desclassificará as Propostas Técnicas que não atenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no Edital;	10.3.2.	c) elaboração de planilha geral da Proposta Técnica (envelope n.º 1 + envelope n.º 3), registrando-se em ata a ordem de classificação e as propostas desclassificadas;	e) realizar procedimento idêntico, no caso de impasse na negociação anterior, sucessivamente, com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação;
10.3.1.3.	Incumbirá à Subcomissão Técnica a elaboração da ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária (envelope n.º 1) e encaminhamento à <b>CPL</b> , juntamente com as Propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que fundamentaram cada caso;	10.3.3.	Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local para abertura dos envelopes n.º 4, em sessão pública, contendo a Proposta de Preços.	f) declarar vencedora desta Concorrência, a licitante mais bem classificada na Proposta de menor preço, ou que concordar em praticar o menor preço ofertado pelas licitantes classificadas;
10.3.1.4.	De igual forma a Subcomissão Técnica procederá com relação aos materiais contidos no envelope n.º 3, encaminhados à	10.3.4.	Abertos os trabalhos de julgamento das Propostas de Preços, serão observados os procedimentos abaixo:	g) publicação do resultado final, por ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso,
10.3.1.4.		10.3.4.	a) abertura dos envelopes n.º 4, cujos documentos serão rubricados pelos membros da <b>CPL</b> e pelos	

- nos termos do que dispõe o art. 109, inc. I, "b", da Lei n.º 8.666/93.
- 10.3.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a **CPL** convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para apresentação, na data, local e hora designados, do envelope n.º 5, contendo os Documentos de Habilitação.
- 10.3.5.1. No local, data e hora estabelecidos, a **CPL**, em sessão pública, receberá os envelopes n.º 5 e os abrirá, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação de regência e no presente Edital.
- 10.3.5.2. Se os Documentos de Habilitação da licitante classificada em primeiro lugar no julgamento final, atenderem ao quanto exigido, ela será declarada habilitada e, em decorrência, vencedora da licitação.
- 10.3.5.3. Caso a primeira classificada no julgamento final seja inabilitada, serão abertos sucessivamente, os envelopes n.º 5 das demais licitantes classificadas, por ordem de classificação, até encontrar aquela que tenha os Documentos de Habilitação satisfatórios, que será a vencedora do pleito.
- 10.3.5.4. A decisão quanto à habilitação ou inabilitação das licitantes deverá ser publicada, abrindo-se prazo para interposição de recurso nos termos do art. 11, inc. XIII da Lei n.º 12.232/10.
- 10.3.5.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda,

- tendo sido julgados os recursos interpostos, o procedimento será homologado e adjudicado o objeto licitado à licitante vencedora, conforme estabelecido no art. 11, inc. XIV da Lei n.º 12.232/10.
- 10.3.6. Os envelopes das licitantes desclassificadas ou inabilitadas ficarão à disposição das mesmas por 30 (trinta) dias contados da data de encerramento da licitação. Decorrido este prazo sem que sejam retirados, a \_\_\_\_ (sigla) \_\_\_\_ promoverá sua destruição.
11. **DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS**
- 11.1. A critério da **CPL**, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial da \_\_\_\_ (sigla) \_\_\_\_ é obrigatória:
- a) nas reuniões de abertura de invólucros;
  - b) no Diário Oficial da \_\_\_\_ (sigla) \_\_\_\_;
  - c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.
12. **IMPUGNAÇÕES E RECURSOS ADMINISTRATIVOS**
- 12.1. Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até 05 (cinco) dias úteis antes da data de recebimento dos envelopes, de segunda a sexta-feira, das \_\_\_\_ às \_\_\_\_ horas na rua \_\_\_\_\_ n.º \_\_\_\_\_, na cidade de \_\_\_\_\_.
- 12.2. Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a licitante que não o fizer até **dois dias úteis antes da data de recebimento dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preços**, mediante solicitação por escrito e protocolizada no endereço mencionado no subitem anterior.

- 12.2.1. Considera-se licitante para efeito do item anterior a empresa que tenha retirado o presente Edital junto à \_\_\_\_ (sigla) \_\_\_\_.
- 12.3. Eventuais recursos referentes à presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de cinco dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida ao Secretário \_\_\_\_\_, por intermédio da **CPL**, no endereço mencionado no item **16.9**.
- 12.4. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de cinco dias úteis.
- 12.5. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a **CPL** poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de cinco dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) a autoridade superior, que decidirá em cinco dias úteis contados de seu recebimento.
- 12.6. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.
- 12.7. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos ou impugnações até o seu término, vista ao processo desta Concorrência, em local e horário a serem indicados pela **CPL**.
- 12.8. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a **CPL** motivadamente, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.
13. **RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**
- 13.1. As despesas com o contrato resultante desta concorrência, pelos primeiros doze meses, estão estimadas em R\$ \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_).

13.2. As despesas decorrentes da presente licitação correrão à conta dos recursos orçamentários, previstos para _____.	14.5. A ____ (sigla) ____ poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à contratada qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei nº 8.666/93 e no contrato a ser firmado entre as partes, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.	15.3.1. Os custos e as despesas de veiculação apresentados à ____ (sigla) ____ para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao Veículos, de sua tabela de preços, dos pedidos de inserção correspondentes, bem como do relatório de checagem.
13.3. A ____ (sigla) ____ se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.	14.6. Será da responsabilidade da contratada o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.	15.3.2. As Notas Fiscais/Faturas devem ser emitidas pelos Veículos e Fornecedores contra a ____ (sigla) ____, aos cuidados da licitante vencedora, e conter no histórico, a descrição completa do serviço prestado.
<p><b>14. CONDIÇÕES CONTRATUAIS</b></p> <p>14.1. A licitante vencedora terá o prazo de 10 (dez) dias úteis contados a partir da data da convocação, para assinar o termo de contrato, conforme minuta constante do <b>Anexo IV</b>.</p>	14.7. Obriga-se também a contratada por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato que vier a ser assinado.	<p>16. <b>DISPOSIÇÕES FINAIS</b></p> <p>16.1. Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada se a ____ (sigla) ____ tiver conhecimento de fato desabonador à sua habilitação ou à sua classificação, conhecido após o julgamento.</p>
14.2. Caso a licitante vencedora se recuse a assinar o contrato no prazo acima estipulado, a ____ (sigla) ____ poderá, a seu critério, convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação final, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas na proposta de menor preço, ou revogar esta Concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/93.	14.8. A contratada deverá prestar esclarecimentos, à ____ (sigla) ____, sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam, independentemente de solicitação.	16.2. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.
14.3. Se a licitante vencedora se recusar a assinar o contrato, a ____ (sigla) ____ lhe aplicará multa compensatória de 10% (dez por cento), calculada sobre o valor total estimado da contratação, além de poder aplicar-lhe outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/93.	14.9. É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente Concorrência para qualquer operação financeira.	16.3. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº 8.666/93.
14.3.1. O disposto no item anterior não se aplica às licitantes convocadas na forma do item 14.2.	14.10. A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas nesta concorrência.	16.4. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.
14.4. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de doze meses, contados a partir do dia da sua assinatura.	<p>15. <b>REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS</b></p> <p>15.1. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das cláusulas 8 e 9 da minuta do contrato, consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços ou, quando for o caso, de acordo com os preços negociados na forma prevista no subitem 10.3.4, "d".</p>	16.5. Correrão por conta da ____ (sigla) ____ as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Município de _____, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/93.
14.4.1. Esse prazo poderá ser prorrogado, a juízo da ____ (sigla) ____, mediante acordo entre as partes, por até quatro períodos iguais e sucessivos, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/93.	15.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da cláusula 11 da minuta do contrato.	
	15.3. O pagamento será efetuado mediante depósito em conta corrente bancária a ser indicada pela licitante vencedora.	

16.6. Esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela **CPL** desde que recebidos até cinco dias antes da data para a apresentação dos envelopes contendo as Propostas, exclusivamente mediante solicitação por escrito, protocolizada de segunda a sexta-feira, das \_\_\_\_ às \_\_\_\_, no seguinte endereço: \_\_\_\_\_.

16.7. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos apenas por escrito, se possível pelas mesmas vias, ressalvado que a **CPL** dará conhecimento das consultas e respostas às demais licitantes que retiraram o Edital, sem informar a identidade da licitante consulente, mediante divulgação no site da \_\_\_\_ (sigla) na internet, no endereço: \_\_\_\_\_.

16.8. Cópia deste Edital está disponibilizada no endereço eletrônico: \_\_\_\_\_ e poderá ser retirado no endereço e horário indicado no item 16.7.

16.9. Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) Anexo I: Briefing;
- b) Anexo II: Modelo de Procuração;
- c) Anexo III: Planilha de Preços Sujeitos a Valoração;
- d) Anexo IV: Minuta de Contrato.

## ANEXO I

### BRIEFING

1. Descrição e análise da situação geral  
(desenvolver)
2. Descrição e análise da situação específica  
(desenvolver)
3. Objetivos institucionais  
(desenvolver)
4. Estrutura da Municipalidade  
(desenvolver)
5. Problemas detetados na comunicação  
(desenvolver)
6. Outras informações relevantes  
(desenvolver)

## ANEXO II MODELO DE PROCURAÇÃO

### Outorgante

Qualificação (nome, endereço, nome empresarial, etc.)

### Outorgado

O representante devidamente qualificado

### Objeto

Representar a outorgante na Concorrência ...../2010

### Poderes

Apresentar propostas e, se for o caso, documentação, participar de sessões públicas de abertura de propostas e documentos de habilitação, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

..... de ..... de 2010

EMPRESA

CARGO E

NOME

Observações: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada; será necessário comprovar os poderes do outorgante para fazer a delegação acima.

ANEXO III

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO

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

- a) desconto a ser concedido à \_\_\_\_ (sigla) \_\_\_\_, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de \_\_\_\_: \_\_\_\_ % ( \_\_\_\_ por cento);
- b) honorários, a serem cobrados da \_\_\_\_ (sigla) \_\_\_\_, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários cuja distribuição **não** nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação: \_\_\_\_ % ( \_\_\_\_ por cento);
- c) honorários, a serem cobrados da \_\_\_\_ (sigla) \_\_\_\_, incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual: \_\_\_\_ % ( \_\_\_\_ por cento).

..... de..... de 2010

(nome da licitante)

Representante legal

MINUTA

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS  
ENTRE A PREFEITURA MUNICIPAL DE \_\_\_\_\_ E  
A (razão social da licitante vencedora).

Concorrência nº...../2010

Contrato nº...../2010

**CONTRATANTE:** PREFEITURA MUNICIPAL DE \_\_\_\_\_, com sede na \_\_\_\_\_, n.º \_\_\_\_\_, em \_\_\_\_\_, estado de \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ(MF) sob o n.º \_\_\_\_\_, neste ato representada por \_\_\_\_\_, portador da cédula de identidade RG n.º \_\_\_\_\_, expedida pela \_\_\_\_\_, inscrito no CPF(MF) sob o n.º \_\_\_\_\_, doravante designada

**CONTRATANTE.**

**CONTRATADA:** (razão social da licitante vencedora), com sede na \_\_\_\_\_, n.º \_\_\_\_\_, na cidade de \_\_\_\_\_, estado de \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ(MF) sob o n.º \_\_\_\_\_, neste ato representada por \_\_\_\_\_, portador da cédula de identidade RG n.º \_\_\_\_\_, expedida pela \_\_\_\_\_, inscrito no CPF(MF) sob o n.º \_\_\_\_\_, doravante designada **CONTRATADA.**

**RESOLVEM** celebrar o presente Contrato, para prestação de serviços publicitários, a serem realizados na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário, mediante as cláusulas e condições seguintes:

- 1. **LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS**
- 1.1 O presente Contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 4.680/65, da Lei nº 8.666/93, com modificações posteriores e da Lei n.º 12.232/10.
- 1.2 Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste Contrato e a ele se integram, o Edital da Concorrência

\_\_\_\_/2010 e seus Anexos, bem como as Propostas apresentadas pela **CONTRATADA.**

2. **OBJETO**

2.1. A presente contratação destina-se à prestação de serviços publicitários previstos no item 2.2.

2.2. A prestação de serviços publicitários ora contratados, compreende:

- e) estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação;
- f) planejamento e 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 difundidos os materiais e ações publicitárias, ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
- g) a produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- h) a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

2.3. A **CONTRATADA** atuará por ordem e conta da **CONTRATANTE**, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/65, na contratação de:

- c) fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, materiais e demais serviços conexos previstos no item 2.2, alíneas “a”, “b” e “c”;

<p>d) veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários, sem qualquer restrição de mídia.</p>	<p>venham a ser necessários, desde que garantidas as condições ora acordadas.</p>	<p>5.1.6.4 Se não houver possibilidade de obter 03 (três) propostas de preços, a <b>CONTRATADA</b> deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.</p>
<p>3. <b>VIGÊNCIA</b> 3.1 O presente Contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, podendo esse prazo ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, por até quatro períodos iguais e sucessivos, nos termos do art. 57, inc. II da Lei n.º 8.666/93.</p>	<p>5.1.4 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.</p>	<p>5.1.7 Obter a aprovação prévia e expressa da <b>CONTRATANTE</b>, para autorizar despesas com produção, veiculação ou qualquer outra relacionada com este Contrato.</p>
<p>4. <b>RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS</b> 4.1 As despesas decorrentes deste Contrato, nos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em R\$ _____(_____).</p> <p>4.2 As despesas referidas no item 4.1 correrão à conta dos recursos _____.</p>	<p>5.1.5 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à <b>CONTRATANTE</b> as vantagens obtidas.</p> <p>5.1.5.1 O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à <b>CONTRATANTE</b>, caso esta venha a saldar o compromisso antes do prazo estipulado.</p>	<p>5.1.8 Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste Contrato, em qualquer hipótese, à prévia e expressa anuência da <b>CONTRATANTE</b>.</p> <p>5.1.8.1 A contratação de serviços ou compra de material em empresas em que a <b>CONTRATADA</b> ou seus empregados tenham, direta ou indiretamente, participação societária ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar à <b>CONTRATANTE</b> este vínculo e obter sua aprovação.</p>
<p>4.3 Se a <b>CONTRATANTE</b> optar pela prorrogação do Contrato, consignará nos próximos exercícios, em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento das despesas previstas.</p>	<p>5.1.5.2 Serão transferidas à <b>CONTRATANTE</b>, as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.</p>	<p>5.1.9 As informações sobre a execução do Contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços e veículos, serão divulgados em site aberto pela <b>CONTRATANTE</b>, garantido o livre acesso por quaisquer pessoas.</p>
<p>4.4 A <b>CONTRATANTE</b> se reserva o direito de, a seu exclusivo critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.</p>	<p>5.1.6 Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, observadas as seguintes disposições:</p>	<p>5.1.9.1 A <b>CONTRATADA</b> inserirá as informações sobre valores pagos pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.</p>
<p>5. <b>OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA</b> 5.1 Constituem obrigações da <b>CONTRATADA</b>, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:</p>	<p>5.1.6.1 Apresentar 03 (três) propostas obtidas entre pessoas jurídicas previamente cadastradas pela <b>CONTRATANTE</b>, nos termos do disposto no art. 14 da Lei n.º 12.232/10.</p>	<p>5.1.10 Entregar à <b>CONTRATANTE</b>, até o dia ____ 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.</p>
<p>5.1.1 Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.</p> <p>5.1.2 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 pela <b>CONTRATANTE</b>.</p>	<p>5.1.6.2 As propostas dos fornecedores serão coletadas, pela <b>CONTRATADA</b>, em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada pela <b>CONTRATANTE</b>, sempre que o fornecimento do bem ou serviço tiver valor superior a 0.5% (cinco décimos por cento) do valor total do Contrato.</p>	<p>5.1.11 Prestar esclarecimentos à <b>CONTRATANTE</b> sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a <b>CONTRATADA</b>, independentemente de solicitação.</p>
<p>5.1.3 A seu critério, a <b>CONTRATADA</b> poderá utilizar-se de sua matriz e/ou filiais para serviços de criação e de produção, bem como de outros complementares ou acessórios que</p>	<p>5.1.6.3 Caso o fornecimento seja igual ou inferior a R\$ 16.000,00 (dezesseis mil reais), a <b>CONTRATADA</b> está dispensada do procedimento previsto no subitem 5.1.6.2 deste Contrato.</p>	<p>5.1.12 Não caucionar ou utilizar o presente Contrato como garantia para qualquer operação financeira.</p>

5.1.13	Manter, durante a execução deste Contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste.	intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste Contrato.	7.	<b>FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO</b>	
5.1.14	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.	5.1.19	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	A <b>CONTRATANTE</b> fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.
5.1.15	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.	5.1.20	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.	7.1.1	A fiscalização dos serviços será exercida pelo gestor contratual, servidor devidamente designado pela <b>CONTRATANTE</b> , que terá poderes, entre outros, para notificar a <b>CONTRATADA</b> sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução deste Contrato.
5.1.16	Apresentar, quando solicitado pela <b>CONTRATANTE</b> , a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.	<b>6.</b>	<b>OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE</b>	7.1.1.1	Além das atribuições previstas neste Contrato e na legislação aplicável, caberá ao gestor contratual verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições da contratação de fornecedores e aos honorários devidos à <b>CONTRATADA</b> .
5.1.17	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.	6.1	Constituem obrigações da <b>CONTRATANTE</b> , além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:	7.2	A fiscalização pela <b>CONTRATANTE</b> em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da <b>CONTRATADA</b> pela perfeita execução dos serviços a ela incumbidos.
5.1.17.1	Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a <b>CONTRATADA</b> adotará as providências necessárias no sentido de preservar a <b>CONTRATANTE</b> e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à <b>CONTRATANTE</b> , as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.	6.1.1	Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a <b>CONTRATADA</b> ;	7.3	A <b>CONTRATADA</b> adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja feito ou reparado nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a <b>CONTRATANTE</b> , e às expensas dos fornecedores e veículos por eles responsáveis.
5.1.18.	Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade	6.1.2	Comunicar, por escrito, à <b>CONTRATADA</b> , 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;	7.4	A aprovação dos serviços executados pela <b>CONTRATADA</b> ou por contratados por ela diretamente, não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.
		6.1.3	Fornecer e colocar à disposição da <b>CONTRATADA</b> todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;	7.5	A <b>CONTRATADA</b> permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste Contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em
		6.1.4	Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;		
		6.1.5	Notificar, formal e tempestivamente, a <b>CONTRATADA</b> sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste Contrato;		
		6.1.6	Notificar a <b>CONTRATADA</b> , por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;		
		6.1.7	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.		

7.6	A <b>CONTRATADA</b> se obriga a permitir que a auditoria interna da <b>CONTRATANTE</b> e/ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à <b>CONTRATANTE</b> .	
7.11	A <b>CONTRATANTE</b> realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela <b>CONTRATADA</b> , da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços por ela praticada.	
7.11.1	A avaliação semestral será considerada pela <b>CONTRATANTE</b> para aquilatar a necessidade de solicitar à <b>CONTRATADA</b> que melhore a qualidade dos serviços prestados; para decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente Contrato; para fornecer, quando solicitado pela <b>CONTRATADA</b> , declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações.	
8.	<b>REMUNERAÇÃO</b>	
8.1	Pelos serviços prestados, a <b>CONTRATADA</b> será remunerada da seguinte forma:	
8.1.1	Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por fornecedores, com a efetiva intermediação da <b>CONTRATADA</b> , referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários cuja distribuição <b>não</b> proporcione à <b>CONTRATADA</b> o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, de que trata o subitem 9.1.	<p>9. <b>DESCONTO DE AGÊNCIA</b></p> <p>9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a <b>CONTRATADA</b> fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65.</p> <p>9.2 Os frutos dos planos de incentivos eventualmente concedidos pelos veículos de divulgação, para todos os fins de direito, constituem receita própria da <b>CONTRATADA</b>, nos termos do disposto no art. 18 da Lei n.º 12.232/10.</p> <p>10. <b>DIREITOS AUTORAIS</b></p> <p>10.1 A <b>CONTRATADA</b> cede à <b>CONTRATANTE</b> os direitos patrimoniais do autor das idéias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste Contrato.</p> <p>10.1.1 O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas na Cláusula 8 deste Contrato.</p> <p>10.2 Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a <b>CONTRATADA</b> solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela <b>CONTRATANTE</b>.</p> <p>10.2.1 A <b>CONTRATADA</b> utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão/orçamento/Contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela <b>CONTRATANTE</b> em cada caso.</p>
8.1.1.1	Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da <b>CONTRATADA</b> .	10.2.1.1 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela <b>CONTRATANTE</b> em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo .....% (..... por cento). Para a
8.1.2	Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros	
	<p>serviços realizados por fornecedores, com a efetiva intermediação da <b>CONTRATADA</b>, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual.</p> <p>8.1.2.1 Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da <b>CONTRATADA</b>.</p> <p>8.1.3 .....(..... por cento) dos valores previstos na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de _____, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria <b>CONTRATADA</b>.</p> <p>8.1.4 Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela <b>CONTRATADA</b>.</p> <p>8.2 A <b>CONTRATADA</b> não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.</p> <p>8.3 Despesas com deslocamento de profissionais da <b>CONTRATADA</b>, ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da <b>CONTRATANTE</b>, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela <b>CONTRATADA</b>, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela <b>CONTRATANTE</b>.</p> <p>8.4 A <b>CONTRATADA</b> não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela <b>CONTRATANTE</b>, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este Contrato.</p>	

	reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.		número da conta corrente em que deverá ser efetuado o crédito, o qual ocorrerá até o _____ dia útil, após aceitação das Notas Fiscais/Faturas da seguinte forma:	11.5.1	Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.
10.2.1.1.1	O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.	11.2.1	Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação, em até trinta dias após o mês de veiculação;	11.6	A <b>CONTRATANTE</b> não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.
10.3	Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.	11.2.2	Produção e execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes, em até trinta dias após o mês de produção;	11.7	Os pagamentos a fornecedores e veículos serão efetuados, pela <b>CONTRATADA</b> , imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela <b>CONTRATANTE</b> .
10.4	A <b>CONTRATADA</b> se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e similares, que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:	11.2.3	Outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos prazos ajustados por ocasião da solicitação de cada serviço.	11.7.1	Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela <b>CONTRATADA</b> , de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.
10.4.1	Que a <b>CONTRATANTE</b> poderá solicitar, a qualquer tempo, pelo prazo de 5 (cinco) anos, cópias das imagens contidas no material bruto produzido, as quais deverão ser entregues em Betacam e em DVD, mediante ajuste dos custos envolvidos.	11.3	Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados ao endereço a seguir, com antecedência mínima de dez dias da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação ao Contrato nº ...../2010 e a manifestação de aceitação do gestor contratual:	11.7.2	A <b>CONTRATADA</b> apresentará à <b>CONTRATANTE</b> um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos, até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento.
10.5.2	A cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à <b>CONTRATANTE</b> , que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante a vigência deste Contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.	11.4	Será obrigatória a checagem no meio TV, referente às inserções feitas nas praças e veículos cobertos pelo Monitor Ibope na data da publicação do edital que deu origem a este Contrato.	12.	<b>SANÇÕES ADMINISTRATIVAS</b>
11.	<b>CONDIÇÕES DE PAGAMENTO</b>	11.5	Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a <b>CONTRATANTE</b> , a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.	12.1	A inexecução parcial ou total das condições pactuadas, erro de execução ou mora na execução, sujeitará a <b>CONTRATADA</b> às seguintes penalidades:
11.1	O pagamento será efetuado mensalmente, mediante apresentação de Nota Fiscal/Fatura emitida pela <b>CONTRATADA</b> , acompanhada quando for o caso, das Notas Fiscais/Faturas emitidas pelos fornecedores e veículos em nome da <b>CONTRATANTE</b> , a/c da <b>CONTRATADA</b> .			I.	Advertência;
11.2	O pagamento será efetuado mediante depósito bancário, devendo a <b>CONTRATADA</b> informar o Banco, Agência e o			II.	Multa de 0,5 % (cinco décimos por cento) por dia de atraso, a contar do primeiro dia útil da data fixada para a entrega do serviço, calculada sobre o valor do serviço em atraso, até o máximo de 10 % (dez por cento);
				III.	Multa de 5 % (cinco por cento), sobre o valor atualizado deste Contrato, cumulativa com as demais sanções, por infração a quaisquer outras de suas cláusulas.

IV.	Suspensão temporária de licitar e contratar com a ____ (sigla)____ pelo prazo de até 2 (anos) anos;	13.2	Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela <b>CONTRATANTE</b> e comprovadamente realizadas pela <b>CONTRATADA</b> , previstas no presente Contrato.	14.4	Constituem direitos e prerrogativas da <b>CONTRATANTE</b> , além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/93, que a <b>CONTRATADA</b> aceita e a eles se submete.
V.	Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a <b>CONTRATADA</b> ressarcir a <b>CONTRATANTE</b> pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada.	13.3	Em caso de cisão, incorporação ou fusão da <b>CONTRATADA</b> com outras agências de propaganda, caberá à <b>CONTRATANTE</b> decidir sobre a continuidade do presente Contrato.	14.5	A omissão ou tolerância das partes - em exigir o estrito cumprimento das disposições deste Contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente - não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.
12.2	A critério da <b>CONTRATANTE</b> , as sanções previstas nos incisos "I", "IV" e "V" do item 12.1, desta cláusula, poderão ser aplicadas juntamente com as previstas nos incisos "II" ou "III", facultada a defesa prévia da <b>CONTRATADA</b> , no respectivo processo, no prazo de 05 (cinco) dias úteis.	13.4	A rescisão, por algum dos motivos previstos na Lei nº 8.666/93, não dará à <b>CONTRATADA</b> direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.	15.	<b>CASOS OMISSOS</b>
12.3	Aplicar-se-á advertência por faltas leves, assim entendidas como aquelas que não acarretarem prejuízos significativos ao objeto da contratação.	13.5	A rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da <b>CONTRATANTE</b> , a retenção dos créditos decorrentes deste Contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste ajuste, até a completa indenização dos danos.	15.1	Os casos omissos relacionados a este Contrato regular-se-ão pelos preceitos de Direito Público, aplicando-se-lhes, supletivamente, os princípios da teoria geral dos Contratos e as disposições de Direito Privado, na forma dos arts. 54 e 55, inciso XII, da Lei n.º 8.666, de 1993, bem como a legislação indicada no preâmbulo do presente Contrato.
12.4	A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa, observando-se o procedimento previsto na Lei n.º 8.666, de 1993.	14.	<b>DISPOSIÇÕES GERAIS</b>	16.	<b>FORO</b>
12.5	A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Administração, observado o princípio da proporcionalidade.	14.1	A <b>CONTRATADA</b> guiar-se-á pelo Código de Autorregulamentação Publicitária, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.	16.1	As questões decorrentes da execução deste Contrato que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça de _____, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.
12.6	A multa deverá ser recolhida no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data do recebimento da comunicação pela <b>CONTRATADA</b> .	14.2	A <b>CONTRATANTE</b> providenciará a publicação do extrato deste Contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial do Município de _____, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/93.	E, por estarem justas e acordadas, assinam o presente Contrato em duas vias de igual teor e forma.	
13.	<b>RESCISÃO</b>	14.3	O presente Contrato poderá ser denunciado e, em consequência, encerrado unilateralmente pela <b>CONTRATANTE</b> , após decorridos cento e oitenta dias de sua vigência, mediante notificação por escrito à <b>CONTRATADA</b> , com antecedência mínima de sessenta dias.	..... - .. ..... de ..... de 2010	
13.1	O presente Contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/93.				