

DOCUMENTO DE FORMALIZAÇÃO DE DEMANDA – DFD**1. Requisitante:** Diretor Presidente**2. Data:** 04/04/2024.**3. Definição do objeto com descrição sucinta e clara:**

O objeto é a aquisição de cota de patrocínio da 13ª Edição do Prêmio Biguá de Sustentabilidade.

4. Finalidade e justificativa da requisição (informar justificativa da necessidade da contratação contendo a motivação, os benefícios e resultados a serem alcançados e indicação da pretensa contratada, nos casos de contratação direta).

Diante de cidadãos cada vez mais ecologicamente conscientes, é importante que a Agersa mantenha a imagem institucional vinculada a ideias positivas, dentre as quais o apoio ao desenvolvimento sustentável e à preservação do meio ambiente.

Neste sentido, o Prêmio Biguá de Sustentabilidade – em sua 13ª edição em 2024 - tem se mostrado anualmente como um incentivador e promotor de ações para sensibilização, conscientização e preservação do meio ambiente Sul capixaba.

A concepção de sustentabilidade diz respeito a ações e atividades que visam suprir as necessidades atuais dos seres humanos sem comprometer o futuro das próximas gerações.

Sendo um dos atributos mais valorizados na sociedade atual, a marca que levanta a bandeira do desenvolvimento sustentável ganha notoriedade, confiança e credibilidade do público.

Vale ressaltar que o conceito de sustentabilidade está diretamente relacionado à responsabilidade de regular e fiscalizar os serviços de saneamento básico, transporte coletivo, estacionamento rotativo e iluminação pública prestados pelas concessionárias que atuam no município de Cachoeiro de Itapemirim.

Observa-se, assim, que, além de garantir que as concessionárias prestem um serviço de qualidade para a população, as agências reguladoras têm o papel de assegurar o uso racional dos recursos naturais e a manutenção do meio ambiente para as futuras gerações.

Por isso, tornar-se patrocinador de um projeto como o Prêmio Biguá de Sustentabilidade propiciará o apreço da opinião pública para com a Agersa e agregará valor à marca institucional da agência reguladora.

Por se tratar de fornecedor exclusivo responsável pela organização e comercialização de cotas de patrocínio para apoio ao Prêmio Biguá de Sustentabilidade, torna-se necessária a contratação direta da TELEVISAO CACHOEIRO LTDA, CNPJ: 31.494.693/0001-40.

5. Indicação de quantitativo e da unidade de medida:

R. Prof. Quintiliano de Azevedo, 31Guandú
Cachoeiro de Itapemirim - ES
29300-803
28.3511 7077



Autenticar documento em <https://processos.cachoeiro.es.gov.br/autenticidade>
com o identificador 31003000360033003100330037003A00540052004100, Documento assinado digitalmente conforme
MP nº 2.200-2/2001, que institui a Infra-estrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.



Objeto:	Unidade de Medida:	Quantidade:	Valor:
Cota de patrocínio	Unidade	01	R\$ 175.000,00 (cento e setenta e cinco mil reais)
6. Outras observações: Prazo de vigência da contratação: Até 30/11/2024.			
Assinatura do Requisitante:			
Assinatura do Diretor Presidente:			

R. Prof. Quintiliano de Azevedo, 31Guandú
Cachoeiro de Itapemirim - ES
29300-803
28.3511 7077



Autenticar documento em <https://processos.cachoeiro.es.gov.br/autenticidade>
com o identificador 31003000360033003100330037003A00540052004100, Documento assinado digitalmente conforme
MP nº 2.200-2/2001, que institui a Infra-estrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.



ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR - ETP**1. Setor Requisitante:** Diretor Presidente.**2. Data:** 09/04/2024.**3. Descrição da necessidade da contratação:**

A descrição da necessidade de contratação está expressa no Documento de Formalização de Demanda, conforme justificado pelo setor requisitante, sendo: “Diante de cidadãos cada vez mais ecologicamente conscientes, é importante que a Agersa mantenha a imagem institucional vinculada a ideias positivas, dentre as quais o apoio ao desenvolvimento sustentável e à preservação do meio ambiente. Neste sentido, o Prêmio Biguá de Sustentabilidade – em sua 13ª edição em 2024 - tem se mostrado anualmente como um incentivador e promotor de ações para sensibilização, conscientização e preservação do meio ambiente Sul capixaba. A concepção de sustentabilidade diz respeito a ações e atividades que visam suprir as necessidades atuais dos seres humanos sem comprometer o futuro das próximas gerações. Sendo um dos atributos mais valorizados na sociedade atual, a marca que levanta a bandeira do desenvolvimento sustentável ganha notoriedade, confiança e credibilidade do público. Vale ressaltar que o conceito de sustentabilidade está diretamente relacionado à responsabilidade de regular e fiscalizar os serviços de saneamento básico, transporte coletivo, estacionamento rotativo e iluminação pública prestados pelas concessionárias que atuam no município de Cachoeiro de Itapemirim. Observa-se, assim, que, além de garantir que as concessionárias prestem um serviço de qualidade para a população, as agências reguladoras têm o papel de assegurar o uso racional dos recursos naturais e a manutenção do meio ambiente para as futuras gerações. Por isso, tornar-se patrocinador de um projeto como o Prêmio Biguá de Sustentabilidade propiciará o apreço da opinião pública para com a Agersa e agregará valor à marca institucional da agência reguladora. Por se tratar de fornecedor exclusivo responsável pela organização e comercialização de cotas de patrocínio para apoio ao Prêmio Biguá de Sustentabilidade, torna-se necessária a contratação direta da TELEVISAO CACHOEIRO LTDA, CNPJ: 31.494.693/0001-40.”

4. Descrição da solução como um todo:

A presente contratação trata de aquisição de cota de patrocínio da 13ª Edição do Prêmio Biguá de Sustentabilidade, compreendendo todo o aproveitamento comercial descrito na proposta da contratada, com a vinculação da marca institucional da Agersa nas mídias propostas, sendo: marca na comunicação visual, marca na camisa, entrevista no informe publicitário, marca na ficha de inscrição e no regulamento, marca no convite do evento, marca na vinheta do evento, marca no *backdrop* de fotos, menção do mestre de cerimônia no momento do evento, exibição de um vídeo de até 60", entrevista no informe publicitário, espaço para ativação de marca.

5. Justificativa técnica e econômica da escolha do tipo de solução a contratar:

Por se tratar de aquisição de cota de patrocínio, torna-se viável a contratação direta por inexigibilidade de licitação, tendo em vista se tratar de fornecedor exclusivo.

Conforme proposta comercial e DFD, a TELEVISAO CACHOEIRO LTDA, CNPJ: 31.494.693/0001-40, é a única responsável pela organização e comercialização de cotas de patrocínio para apoio ao Prêmio Biguá de Sustentabilidade.

Os preços das cotas são tabelados para aquisição pelos patrocinadores.

O atendimento dos requisitos para o perfeito enquadramento na hipótese de contratação direta prevista no art. 74, *caput*, da Lei nº 14.133/2021 deverá ser demonstrado no Termo de Referência.

6. Resultados pretendidos:

Vinculação da marca institucional da Agersa em todas as mídias previstas na proposta comercial, durante a divulgação e realização do evento da 13ª Edição do Prêmio Biguá de Sustentabilidade.

7. Requisitos da contratação:

A contratada deverá apresentar regularmente toda a documentação de habilitação jurídica, comprovação de regularidade fiscal, trabalhista e social e atendimento integral aos requisitos previstos no Termo de Referência.

8. Quantitativo estimado para a contratação (acompanhado da justificativa, memória de cálculo e dos documentos correlatos):

Objeto:	Unidade de Medida:	Valor global:
Cota de patrocínio	Serviço	R\$ 175.000,00 (cento e setenta e cinco mil reais)

O valor estimado previsto no Plano de Contratações Anual – PCA é de R\$ 175.000,00 (cento e setenta e cinco mil reais). A referida despesa foi incluída na segunda alteração realizada no PCA através da Portaria nº 029/2024.

Conforme regulamentado pelo Decreto Municipal nº 33.478/2023, em seu art. 13, inciso II, alínea “a”, valor estimado previsto no Plano de Contratações Anual corresponde à média das despesas executadas nos últimos dois anos, corrigido com base no Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo.

O valor adotado para esta contratação será de R\$ 175.000,00 (cento e setenta e cinco mil reais), conforme proposta comercial da TELEVISAO CACHOEIRO LTDA, CNPJ: 31.494.693/0001-40, sendo o valor referente à aquisição de uma cota de patrocínio.

9. Haverá parcelamento do objeto?

() Sim (X) Não

Justificativa: Trata-se de contratação única para aquisição de cota de patrocínio, de forma que todos os serviços englobados na proposta comercial serão de responsabilidade da contratada, compreendendo a organização, divulgação e realização do evento em todas as suas etapas.

10. A contratação/aquisição está prevista no Plano Anual de Contratação?

(X)Sim ()Não

11. Demais informações (levantamento de mercado, providências anteriores, contratações correlatas, impacto ambiental, providências a serem adotadas pela Administração previamente à celebração do contrato, etc.):

Para compor a cesta de preços, foi realizada pesquisa de preços com base em contratações similares pelas demais Administrações Públicas contratantes, utilizando-se como base a pesquisa realizada no Portal Nacional de Contratações Públicas – PNCP, Painel de Preços e o valor do último contrato de patrocínio celebrado entre a Agersa e a TELEVISAO CACHOEIRO LTDA, CNPJ: 31.494.693/0001-40, para contratação de objeto similar.

Em relação a providências a serem adotadas pela Administração previamente à celebração do contrato, deverá ser providenciado o material para divulgação no evento, sendo logo e vídeo institucional.

12. Posicionamento conclusivo sobre a adequação da contratação para o atendimento da necessidade a que se destina:

Declaramos que a contratação é viável, de acordo com os parâmetros acima e tendo em vista que os critérios de conveniência e oportunidade são justificados pelo setor requisitante, e desde que atendidas as recomendações da Procuradoria Jurídica e realizado o perfeito enquadramento no dispositivo legal citado, qual seja, art. 74, *caput* da Lei nº 14.133/2021.

Assinatura do responsável pela elaboração:

MAPA DE RISCOS	
Levantamento de Riscos da Contratação	
1. Setor Requisitante:	Diretor Presidente
2. Data:	09/04/2024
3. Descrição do ambiente interno:	A Agersa tem buscado a vinculação da marca institucional ao apoiar evento ligado às áreas correlatas de atuação, tendo, inclusive já patrocinado o Evento Prêmio Biguá de Sustentabilidade, realizado anualmente, em outras edições anteriores.
4. Descrição do ambiente externo:	O evento Prêmio Biguá de Sustentabilidade tem sido realizado anualmente pela TELEVISAO CACHOEIRO LTDA, CNPJ: 31.494.693/0001-40, e demais colaboradores. A comercialização de cotas para patrocínio do referido evento tem sido feita exclusivamente pela TELEVISAO CACHOEIRO LTDA, CNPJ: 31.494.693/0001-40, conforme informado no Documento de Formalização de Demanda – DFD. O valor de aquisição das cotas é previamente determinado pela patrocinada.
5. Situação da contratação atual, se houver:	Não há contratação atual, nem foi realizada contratação similar no exercício anterior. A última contratação similar foi realizada no ano de 2021, com patrocínio do evento Prêmio Biguá de Sustentabilidade na sua 10ª Edição, sendo o valor da cota, a época, de R\$ 160.000,00 (cento e sessenta mil reais).
6. Lista de responsáveis pela mitigação dos riscos (contratante ou contratada):	a) Riscos Financeiros: (contratada); b) Riscos de Reputação: (contratante); c) Riscos Operacionais: (contratada); d) Riscos Estratégicos: (contratante); e) Riscos de Performance: (contratada).
7. Valor estimado e centro de custo:	R\$ 175.000,00 (cento e setenta e cinco mil reais).
8. Objeto a ser contratado:	O objeto é a aquisição de cota de patrocínio da 13ª Edição do Prêmio Biguá de Sustentabilidade.
9. Riscos previamente mapeados:	Riscos Financeiros, Riscos de Reputação, Riscos Operacionais, Riscos Estratégicos e Riscos de Performance.

10. Descrição de riscos:

- a) Riscos Financeiros: Eventuais despesas imprevistas relacionadas à aquisição de cota de patrocínio que possam exceder o orçamento planejado;
- b) Riscos de Reputação: Eventual associação da entidade patrocinadora a causas controversas ou organizações de má reputação. Percepção negativa do público em relação à forma como a entidade patrocinadora conduz suas atividades de *marketing* e patrocínio;
- c) Riscos Operacionais: eventuais falhas na execução do contrato de patrocínio, como atrasos na entrega de contrapartidas ou problemas na prestação de serviços. Incapacidade de gerenciar adequadamente os compromissos assumidos como parte do acordo de patrocínio;
- d) Riscos Estratégicos: Incompatibilidade entre os objetivos estratégicos da entidade patrocinadora e os benefícios esperados do patrocínio;
- e) Riscos de Performance: Não atingimento dos resultados esperados em termos de visibilidade da marca.

11. Probabilidade e impacto dos riscos:

Risco mapeado	Probabilidade (%):	Impacto (Peso de 1 a 5)
Riscos Financeiros	Muito baixa - Até 10%	1
Riscos de Reputação	Muito baixa - Até 10%	1
Riscos Operacionais	Muito baixa - Até 10%	1
Riscos Estratégicos	Muito baixa - Até 10%	1
Riscos de Performance	Muito baixa - Até 10%	1

Tabela de Referência – Probabilidade:

Aspectos avaliativos:	Frequência observada/esperada:	Referência (%):	Peso:
Evento pode ocorrer apenas em circunstâncias excepcionais.	Muito baixa	Até 10%	1
Evento pode ocorrer em algum momento.	Baixa	De 10% a 30%	2
Evento deve ocorrer em algum momento:	Média	De 30% a 50%	3
Evento provavelmente ocorra na maioria das circunstâncias.	Alta	De 50% a 90%	4

Evento esperado que ocorra na maioria das circunstâncias.	Muita Alta	Acima de 90%	5
12. Ações de mitigação: a) Riscos Financeiros: Na ocorrência de despesas imprevistas relacionadas à aquisição de cota de patrocínio que possam exceder o orçamento planejado, caberá à patrocinada arcar com os custos, ficando a patrocinadora restrita ao pagamento da cota de patrocínio adquirida; b) Riscos de Reputação: Os riscos de associação da marca da entidade patrocinadora ao evento patrocinado devem ser avaliados pelo setor requisitante, mediante a justificativa da correlação do evento patrocinado com as atividades finalísticas da Agersa; c) Riscos Operacionais: Na ocorrência de eventuais falhas na execução do contrato de patrocínio, como atrasos na entrega de contrapartidas ou problemas na prestação de serviços, caberá à patrocinada a resolução das demandas, bem como o gerenciamento adequado dos compromissos assumidos como parte do acordo de patrocínio; d) Riscos Estratégicos: Eventual incompatibilidade entre os objetivos estratégicos da entidade patrocinadora e os benefícios esperados do patrocínio devem ser avaliados pelo setor requisitante, mediante a justificativa da correlação do evento patrocinado com as atividades finalísticas da Agersa; e) Riscos de Performance: Caberá à contratada a responsabilidade pelo atingimento dos resultados esperados em termos de visibilidade da marca institucional da patrocinadora, devendo providenciar todas as inserções de mídia previstas na proposta comercial.			
Assinatura do responsável pela elaboração:			

TERMO DE REFERÊNCIA

1. DO OBJETO

1.1. A presente contratação tem por objeto a aquisição de uma cota de patrocínio da “13ª Edição do Prêmio Biguá Sustentabilidade”.

2. DA ESPECIFICAÇÃO DO OBJETO

2.1. Conforme proposta comercial, a aquisição de cota de patrocínio da “13ª edição do Prêmio Biguá Sustentabilidade” terá o seguinte aproveitamento comercial:

a) Ativação da marca nos eventos de:

a.1) CARAVANA BIGUÁ NAS ESCOLAS + LANÇAMENTO

- Marca na comunicação visual;
- Marca na camisa;
- Entrevista no informe publicitário;
- Marca na ficha de inscrição e no regulamento.

a.2) AÇÃO EXPOSIÇÃO DOS PROJETOS.

- Marca na camisa;
- Marca na comunicação visual.

a.3) PREMIAÇÃO

- Marca no convite do evento;
- Marca na vinheta do evento;
- Marca no *backdrop* de fotos;
- Menção do mestre de cerimônia no momento do evento;
- Exibição de um vídeo de até 60".
- Entrevista no informe publicitário.
- Espaço para ativação de marca.

R. Prof. Quintiliano de Azevedo, 31Guandú
Cachoeiro de Itapemirim - ES
29300-803
28.3511 7077



Autenticar documento em <https://processos.cachoeiro.es.gov.br/autenticidade>
com o identificador 31003000370033003700350035003A00540052004100, Documento assinado digitalmente conforme
MP nº 2.200-2/2001, que institui a Infra-estrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.



b) Plano comercial digital de Inserção de Mídia:

b.1) Plano comercial digital: TV Gazeta Sul

- 320 inserções;
- Formato VT 60" Compartilhado;
- Programação: BOM DIA ES, BOM DIA BRASIL, MAIS VOCÊ, ENCONTRO, GAZETA MEIO DIA, GLOBO ESPORTE, JORNAL HOJE, EM MOVIMENTO, GLOBO RURAL, SESSÃO DA TARDE, VALE A PENA VER DE NOVO, NOVELA I (Seg a Sex), BOA NOITE ES * (Seg a Sex), É DE CASA 1, JORNAL DO CAMPO, P.EMPRESAS G.NEGOCIOS, NOVELA DA TARDE EDIÇÃO ESPECIAL

b.2) Plano comercial digital: Site A Gazeta Digital

- 40.800 de Mídia display compartilhada no site Agazeta segmentada para a região.

b.3) Plano comercial digital: Instagram

1. @agazeta.sul

- 6 Stories compartilhados com divulgação do projeto.
- 2 Reels compartilhados com divulgação do projeto.
- Impulsioneamento reels.

2. @litoralfmtul:

- 6 Stories compartilhados com divulgação do projeto.

b.4) Plano comercial digital: Creator

- 12 Stories distribuídos ao longo do período do projeto no perfil do Márcio Simonato abordando um pouco sobre o projeto e falando sobre as inscrições.

b.5) Plano comercial rádio: Rádio Litoral FM

- 138 inserções de 60" compartilhadas com assinatura de 5" Horário: 06:00 / 22:00 – Rotativo



c) Eventos:**c.1) Caravana Biguá nas Escolas + Lançamento:**

Com a intenção de fortalecer ainda mais as boas práticas, a caravana Biguá vai as escolas realizando uma manhã verde, que contará com a presença do engenheiro Henrique Lobo que com sua rica experiência e sabedoria, dará aos alunos um grande conhecimento sobre as mudanças climáticas e também, mostrará pequenas ações que dão resultado. Ao todo, serão 6 escolas contempladas.

Dinâmica da Ação:

- Palestra do Henrique Lobo.
- Teatro com o grupo Arteluminar, momento lúdico de aprender sobre o meio ambiente.
- Momento brindes.
- Espaço para patrocinador fazer ação voltada para o ensino dos alunos.

A ideia é fazer o lançamento do projeto na primeira escola contemplada pela caravana, sendo o start para recebimento das inscrições das ações sustentáveis que vão concorrer ao prêmio Biguá na sua 13ª edição.

- Interação: Filtro de Instagram em formato de jogo.

c.2) Ação e exposição de Projetos:

Uma exposição dos projetos vencedores do Biguá, que servirão de exemplos, que para salvar o meio ambiente, pequenas ações importam. A intenção é montar em ponto estratégico do shopping, no qual as pessoas possam ver e conhecer um pouquinho do Biguá, no espaço, serão feitas ativações que irão marcar as pessoas com experiências. No local também contará com promotores que auxiliarão as pessoas nas inscrições dos projetos.

Possíveis ativações:

- Vídeo impactante para consciência ambiental;
- Brindes sustentáveis;
- Entre outras.

d) Premiação

Cerimônia que vai reunir os projetos finalistas para receberem as premiações, que foram julgadas pela banca de jurados.

2.2. Período do Projeto: Maio/2024 a Novembro/2024.

3. DA JUSTIFICATIVA DA CONTRATAÇÃO

3.1. Para a exposição das razões com fito ao patrocínio, se faz necessária, inicialmente, a apresentação do Projeto Prêmio Biguá de Sustentabilidade segundo documentos Anexados ao presente.

3.2. Conforme se vê do prospecto, a empresa Televisão Cachoeiro Ltda, CNPJ nº 31.494.693/0001-40, primando pela preservação e conservação do Meio Ambiente promove ações e divulgações para a conscientização e mobilização da população capixaba. Assim, dentre os eventos da emissora tem-se o “Prêmio Biguá de Sustentabilidade” como um importante incentivador e promotor das questões ambientais na Região Sul do Espírito Santo.

3.3. Referido projeto tem como objetivo geral e específico incentivar, valorizar e divulgar experiências de sucesso na preservação, conscientização ambiental e de conservação dos recursos hídricos e a sustentabilidade da região, além de sensibilizar o maior número de pessoas e categorias participantes, que são empresas, órgãos públicos e pessoas da sociedade civil, escolas, através das ações que se destacam por praticar e ensinar ações de recuperação, preservação e cuidado com meio ambiente.

3.4. Acrescente-se que estas ações para serem inscritas no Prêmio necessitam, obrigatoriamente, como pré-requisitos para a inscrição, estar em andamento e que tenham continuidade. Portanto, obrigatoriamente, estarem implantadas e em execução, sendo o papel de divulgação da Rede Gazeta Regional Sul, de que essas práticas sejam difundidas entre outros grupos e demais pessoas da sociedade, objetivando assim, a implantação das práticas em outras comunidades.

3.5. Não existe um período de tempo demarcado, pois tratam-se de ações que buscam também, a sensibilização e conscientização da sociedade para o alcance de resultados.

R. Prof. Quintiliano de Azevedo, 31Guandú
Cachoeiro de Itapemirim - ES
29300-803
28.3511 7077



Autenticar documento em <https://processos.cachoeiro.es.gov.br/autenticidade>
com o identificador 31003000370033003700350035003A00540052004100, Documento assinado digitalmente conforme
MP nº 2.200-2/2001, que institui a Infra-estrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.



3.6. Normalmente as ações são realizadas por pessoas já comprometidas e atentas as necessidades do meio ambiente ou por escolas, que trabalhando dessa forma, propiciam a construção de cidadãos preocupados com a sustentabilidade de sua comunidade.

3.7. Em 2024, o foco da Edição é a falta do cuidado ao meio ambiente.

3.8. Conforme é sabido e informado no prospecto do evento, as enchentes, a poluição e o desmatamento, se dão através das ações humanas, e é triste presenciar esses acontecimentos, afinal, todos os seres vivos presentes na Terra são prejudicados por eles. Os efeitos vão além dos transtornos causados a natureza, são gerados também problemas econômicos.

3.9. Desta forma, o referido projeto, que está com sua marca consolidada, tem despertado em vários indivíduos essa noção de que é preciso cuidar hoje, para usufruir de um futuro sustentável e mais limpo.

3.10. Nesta 13ª Edição do Prêmio Biguá, o foco é o fortalecimento ao cuidado com o meio ambiente.

3.11. Em um mercado onde o ESG (ambiental, social e governamental) tem se desenvolvido cada vez mais nas empresas, podemos entender que o Biguá é um projeto com um valor não só ambiental, visto que, também está voltado à sociedade. Onde comunidades se juntam para cuidar do lugar onde se vive e frequenta, ou seja, o intuito é gerar compromissos com o mundo mais sustentável e equilibrado, onde possamos viver e não apenas sobreviver.

3.12. Por sua vez, a divulgação alcançará todo público da região sul, compreendendo os moradores dos 28 municípios da área de cobertura da TV Gazeta Sul, na região sul do estado, com população de mais de 600 mil habitantes e com mais de 314 mil telespectadores.

3.13. A divulgação atinge praticamente todo tipo de público, uma vez que, além da TV e do rádio, é veiculada comunicação do projeto em ambiente digital, através de mídias espontâneas no gazetaonline e nos telejornais da TV Gazeta Sul, além de ações práticas envolvendo a comunidade.

3.14. As empresas parceiras do projeto têm por objetivo, principalmente, contribuir para a ampliação da sensibilização e conscientização da sociedade, despertando a

R. Prof. Quintiliano de Azevedo, 31Guandú
Cachoeiro de Itapemirim - ES
29300-803
28.3511 7077



responsabilidade quanto às questões ambientais e sustentabilidade da região. Além disso, há uma valorização das marcas dessas empresas através de apoio a causa ambiental, demonstrando responsabilidade num assunto que está cada vez mais em pauta.

3.15. Nesse raciocínio, o “Prêmio Biguá de Sustentabilidade” trará ao patrocinador, além da divulgação da sua atuação como parceira do projeto, o fortalecimento de conceito quanto a sua função social, agregando valor a esta Agência uma vez que contribuirá no planejamento e execução de políticas que considerem e incentivem as questões de sustentabilidade.

3.16. Até porque, sendo atribuída à Agersa a função de reguladora e fiscalizadora dos serviços públicos e delegados de Cachoeiro de Itapemirim, inclusive com a criação de regras e normas que imputam sobre os entes regulados e os interesses públicos com escopo na qualidade dos serviços ofertados, certo é que a sua participação no Projeto irá proporcionar uma maior visibilidade com o seu público-alvo.

3.17. Desta forma, diante de cidadãos cada vez mais ecologicamente conscientes, é importante para a Agersa manter a imagem institucional vinculada a ideias positivas, dentre as quais o apoio ao desenvolvimento sustentável e à preservação do meio ambiente.

3.18. Neste sentido, o projeto “Prêmio Biguá de Sustentabilidade” tem se mostrado a anos como um incentivador e promotor de ações para sensibilização, conscientização e preservação do meio ambiente Sul capixaba.

3.19. A concepção de sustentabilidade diz respeito a ações e atividades que visam suprir as necessidades atuais dos seres humanos sem comprometer o futuro das próximas gerações. Sendo um dos atributos mais valorizados na sociedade atual, a marca que levanta a bandeira do desenvolvimento sustentável ganha notoriedade, confiança e credibilidade do público.

3.20. Vale ressaltar que o conceito de sustentabilidade está diretamente relacionado à responsabilidade de regular e fiscalizar os serviços de saneamento básico, transporte, lixo e resíduos sólidos prestados pelas concessionárias que atuam no município de Cachoeiro de Itapemirim. Além disso, enquanto órgão público, a Agersa tem potencial poder de interferência da preservação ambiental, e sendo de fundamental importância seguir os preceitos da Constituição Federal evidenciados no *caput* do art. 225 da Carta Magna, além



do disposto no parágrafo 1º, no inciso VI, do citado artigo destaca também o papel da administração pública para com a educação ambiental:

Art. 225. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações

§ 1º - Para assegurar a efetividade desse direito, incumbe ao poder público:

[...]

VI - promover a educação ambiental em todos os níveis de ensino e a conscientização pública para a preservação do meio ambiente;

[...]

3.21. Observa-se, assim, que, além de garantir que as concessionárias prestem um serviço de qualidade para a população, as agências reguladoras têm o papel de assegurar o uso racional dos recursos naturais e a manutenção do meio ambiente para as futuras gerações. Por isso, tornar-se patrocinador de um projeto como o Prêmio Biguá de Sustentabilidade propiciará o apreço da opinião pública para com a Agersa e agregará valor à marca institucional da agência reguladora.

3.22. Nesse sentido, este Projeto poderá fomentar um relacionamento sólido da Administração Pública com a Sociedade Cachoeirense nos estudos e formulações dos mais variados projetos, bem como no controle das políticas, seja ela públicas ou privadas, no que concerne aos critérios de sustentabilidade, que segundo a enciclopédia coletiva e universal Wikipédia¹, se define em:

[...] “uma característica ou condição de um processo ou de um sistema que permite a sua permanência, em certo nível, por um determinado prazo. Ultimamente este conceito tornou-se um princípio, segundo o qual o uso dos recursos naturais para a satisfação de necessidades presentes não pode comprometer a satisfação das necessidades das gerações futuras, e que precisou do vínculo da sustentabilidade no longo prazo, um "longo prazo" de termo indefinido, em princípio.

Sustentabilidade também pode ser definida como a capacidade do ser humano interagir com o mundo, preservando o meio ambiente para não comprometer os recursos naturais das gerações futuras. É um conceito que gerou dois programas nacionais no Brasil. O Conceito de Sustentabilidade é complexo, pois atende a um conjunto de variáveis interdependentes, mas podemos dizer que deve ter a

1 <http://pt.wikipedia.org/wiki/Sustentabilidade>



capacidade de integrar as Questões Sociais, Energéticas, Econômicas e Ambientais.

[...]

- Questão Social: É preciso respeitar o ser humano, para que este possa respeitar a natureza. E do ponto de vista humano, ele próprio é a parte mais importante do meio ambiente.
 - Questão Energética: Sem energia a economia não se desenvolve. E se a economia não se desenvolve, as condições de vida das populações se deterioram.
 - Questão Ambiental: Com o meio ambiente degradado, o ser humano abrevia o seu tempo de vida; a economia não se desenvolve; o futuro fica insustentável. O princípio da sustentabilidade aplica-se a um único empreendimento, a uma pequena comunidade (a exemplo das ecovilas), até o planeta inteiro. Para que um empreendimento humano seja considerado sustentável, é preciso que seja:
- Ecologicamente correto
 - Economicamente viável
 - Socialmente justo
 - Culturalmente diverso

3.23. Seguindo o raciocínio, o Dicionário de Comunicação de Carlos Alberto Rabaça² e Gustavo Guimarães Barbosa define patrocínio nos seguintes termos:

Patrocínio

(...)

Investimento geralmente financeiro em atividade – cultural, esportiva, científica, comunitária, assistencial etc. - não necessariamente ligada ao campo de atividades do patrocinador, visando influenciar o público favoravelmente em relação a esse patrocinador ou atingir outros objetivos de marketing. Patrocínio não é apenas apoio, nem unicamente propaganda ou promoção, mas pode abranger os três itens. (...)

3.24. A doutrina especializada trata o patrocínio como um investimento, realizado mediante aporte de recursos financeiros, conforme a lição de Maria Rosana Casagrande A. Zan³, que destaca o conceito de patrocínio focado no fortalecimento da marca do patrocinador, nos seguintes termos:

O patrocínio está relacionado a um investimento comercial, com aporte de recursos financeiros. Esse fato o descaracteriza, portanto, do caráter de doação e até mesmo apoio, como muitas vezes é tratado, equivocadamente, tanto no meio profissional quanto em algumas literaturas.

2 Editora Campos/Elsevier, 7ª edição.

3 *Patrocínio a Eventos (A sinergia da comunicação integrada de marketing)*, Difusão Editora, 2011, p.86/87.



O patrocínio, pelo seu grau de propriedade, não deve ser entendido como o fornecimento de qualquer tipo de recursos oferecido por uma empresa. Essa conotação o desqualifica em razão de sua natureza e sua importância perante os objetivos que lhe são imputados como ferramenta de comunicação de marketing – estando, portanto, em posição superior às condições e significações das formas de apoio/colaboração, doação, permuta e outros. (...)

Do ponto de vista do promotor/evento, o patrocínio, ou seja, o investimento, quase sempre significa uma parcela potencial e importante da fonte de renda. Na lógica, é essa premissa que de fato, desperta e caracteriza a parceria entre a empresa patrocinadora e a organizadora do evento. Por outro lado, como toda estratégia de investimento, a organização almeja alcançar um retorno através do patrocínio. Nesse caso, o objetivo maior está focado no fortalecimento da imagem da sua marca, que de alguma maneira se converterá em benefícios mercadológicos – aumento de vendas, fidelização por parte do cliente e conquista de novos mercados.

Para isso, toda ação de patrocínio deve ser planejada. Considera-se o público-alvo a ser atingido por meio de um evento, bem como as atividades de interação entre esse público (clientes atuais, potenciais e demais parceiros), o produto e a marca do patrocinador.

3.25. Patrocínio é, assim, uma forma de investimento empresarial que, como tal, exige um processo racional de decisão que objetiva um retorno o qual pode ser financeiro, de reconhecimento ou lembrança de marca e institucional, maior visibilidade e legitimidade perante os públicos da empresa patrocinadora. Assim, a última instância do patrocínio é a publicidade voltada à obtenção de credibilidade e melhoria, ou manutenção, da reputação empresarial.

3.26. Por fim, o Projeto “Prêmio Biguá de Sustentabilidade – 2024”, ofertado pela Televisão Cachoeiro Ltda, CNPJ nº 31.494.693/0001-40, com inserções nos meios de comunicação (televisão, rádio, internet e redes sociais), poderá resultar em possibilidades e necessidades entre novos grupos, novos papéis sociais, novos atributos valorizados por cidadãos, consumidores, fornecedores, colaboradores que, em conjunto com a Administração Pública, cumprirá a finalidade a que foi proposta com a conscientização e a mobilização no concernente a proteção ao Meio Ambiente.

3.27. O objeto a ser contratado se enquadra como atividade-meio, sendo atividades materiais acessórias, instrumentais ou complementares aos assuntos que constituam área de competência legal desta entidade.

R. Prof. Quintiliano de Azevedo, 31Guandú
Cachoeiro de Itapemirim - ES
29300-803
28.3511 7077



Autenticar documento em <https://processos.cachoeiro.es.gov.br/autenticidade>
com o identificador 31003000370033003700350035003A00540052004100, Documento assinado digitalmente conforme
MP nº 2.200-2/2001, que institui a Infra-estrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.



4. DA FUNDAMENTAÇÃO LEGAL – CONTRATAÇÃO DIRETA POR INEXIBILIDADE DE LICITAÇÃO

4.1. O presente Instrumento obedecerá às exigências da Lei 14.133/2021, especificamente o art. 74, *caput* e inciso I e demais legislações pertinentes à matéria, em razão da característica singular do projeto de patrocínio, determinante, pois, da impossibilidade de competição.

4.2. As peculiaridades e singularidades do contrato de patrocínio demonstram que essa espécie de contratação tem por objeto a aquisição remunerada do direito de o patrocinador associar seu nome e/ou seus produtos e serviços a empreendimento da iniciativa do patrocinado, que, como contrapartida, cede ao patrocinador o direito da utilização do seu nome no projeto patrocinado, mediante a exposição da marca nas peças de divulgação do projeto e outros aspectos negociais oriundos do contrato.

4.3. Diante disso, pode-se constatar que os conceitos de patrocínio adotados na doutrina especializada, no mercado, nas empresas estatais, com foco nos seus objetivos essenciais inerentes à divulgação da marca, acima demonstrados, não se enquadram no conceito de serviço e sim no conceito genérico de compra.

4.4. Assim, em comparação com o conceito adotado no mercado, pode-se dizer que o patrocínio se caracteriza como uma compra de entrega imediata, por ser uma ação de comunicação em que o patrocinador adquire, de forma remunerada, o direito de associar seu nome a projetos de iniciativa de um terceiro, com o objetivo de gerar identificação e reconhecimento, ampliar relacionamento com públicos de interesse, divulgar produtos, serviços, programas, políticas de atuação, ampliar vendas e agregar valor à marca.

4.5. Frise-se que, por se tratar da compra de um direito inerente à associação do nome do patrocinador com a iniciativa de um terceiro, o contrato de patrocínio se afasta dos rigores das regras que norteiam o contrato administrativo no sentido amplo. Por isso, aplicam-se, no que couber, a essa modalidade de contratação, as normas do Estatuto Licitatório, em face dos objetivos do patrocínio, na lição de Maria Rosana C. A. Zan⁴:

4 *Patrocínios a Eventos, obra citada acima, p. 94.*



Um dos maiores objetivos que as empresas almejam com as ações de patrocínio a eventos está na construção e reforço da imagem da marca. Esse objetivo apresenta, por seu conceito e relação, um alto grau de subjetividade, o que torna mais complexo a sua conversão em números e a definição de instrumentais para avaliação dos resultados com a ação. Além disso, as variantes que interferem no sucesso do patrocínio – como repetição, impacto, adequação, potencialização – deixam ainda mais complexa a tarefa de transformar todos os seus benefícios em dados reais.

Porém, esse fato, apesar de ser importante no sentido de oferecer elementos mais palpáveis para justificar sua importância e o investimento, não o desmerece. E, por todo o valor como ferramenta de construção de marca, ainda carece de estudos que possam explorar a vastidão de aspectos que o envolvem. (...)

4.6. Nesse contexto, a peculiaridade da aquisição de patrocínio ao “Projeto Sustentabilidade” é complexa e singular por se tratar da compra de um produto intangível, adquirido pelo patrocinador com base em seu planejamento de investimento em patrocínio ou em seus objetivos de comunicação, na lição de Maria Rosana Casagrande A. Zan⁵:

O planejamento possibilita colocar e também visualizar, organizadamente, o que se quer atingir, como fazer para atingi-lo e quais recursos serão necessários. Um processo que permite entre outras funções, minimizar riscos. Ele torna possível avaliar as chances de sucesso ou fracasso das ações de marketing. O planejamento da comunicação, num processo sistemático, deriva primeiramente do planejamento estratégico da empresa e, por conseguinte, do planejamento de marketing. Tem a finalidade de coordenar os objetivos, estratégias e as diversas fases de uma campanha de propaganda, relações públicas ou promoção de vendas, para atingir o máximo de retorno sobre o investimento realizado.

Muitos eventos são primeiramente idealizados e planejados, para em seguida serem apresentados, por meios de projetos, a possíveis patrocinadores. Estes estão, por um lado, viabilizando financeiramente sua realização, e, por outro, utilizando o patrocínio como ferramenta comunicacional de marketing. Nesse momento, as empresas assediadas pelo proponente fazem as avaliações do projeto, verificando a adequação do evento com seus objetivos de comunicação. Isso significa que em muitos casos o evento a ser patrocinado não é concebido dentro de um plano de marketing da empresa patrocinadora, mas sim adequado a ele.

4.7. Diante da singularidade apresentada quanto ao patrocínio do objeto do presente Termo, outro não é senão a aplicação da Inexigibilidade de Licitação pela inviabilidade

5 *Patrocínio a Eventos (A sinergia da comunicação integrada de marketing), Difusão Editora, 2011, p. 142.*



da competição, nos termos do artigo 74, *caput* e inciso I, da Lei nº 14.133/2021, de tal forma que a contratação direta se impõe em face da impossibilidade de concorrência.

4.8. Tecnicamente o poder público não poderá licitar o contrato de patrocínio por não ter competição, ele é único e se destina a uma finalidade exclusiva, promovida por particulares.

4.9. O poder público não contrata o particular para a feitura do evento, ele adere ao projeto já existente do particular, diferente de contratar determinada empresa para realizar um evento.

4.10. Sob a égide de Marçal Justen Filho em Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos⁶, a aquisição em questão ajusta-se ao requisito de “Ausência de pressupostos necessários à licitação”, onde discorre sobre a luz da ausência de “mercado concorrencial” (2008, p. 340):

(...) configura-se um mercado peculiar, eis que não existe dimensão concorrencial encontrada no âmbito de compras, obras e outros serviços. Daí a referência à inexistência de um mercado concorrencial.

(...) É inviável a competição porque a peculiaridade do mercado consiste na ausência de competição direta e frontal.

4.11. Nesse sentido, o Tribunal de Contas da União – TCU já teve a oportunidade de decidir que o contrato de patrocínio pode ser ajustado diretamente, sem a necessidade da licitação, quando do julgamento do processo TCU/TC001.786/1998-9:

(...) 14. com relação aos contratos de patrocínio, esses, face as suas características peculiares, podem ser celebrados sem a necessidade de um procedimento licitatório prévio. Tais contratos podem ser ajustados diretamente, com base no Art. 25, *caput*, da Lei 8.666/93, que estabelece a inexigibilidade de licitação quando constatada a inviabilidade de competição, ou então, com base no inciso III, do mesmo artigo, quando o patrocínio envolver a contratação de profissional de qualquer setor artístico. 15. É o que ocorre, por exemplo, no patrocínio de uma equipe esportiva, ou de um evento cultural. Nesses casos, não existe possibilidade de fixação de critérios objetivos de seleção, motivo pelo qual a lei atribui ao administrador a prerrogativa de

6 **FILHO, Marçal Justen.** *Comentários à lei de licitações e contratos administrativos.* 12. ed., São Paulo: Dialética, 2008.



escolher, justificadamente, aquele que melhor possa atender aos interesses da administração.

4.12. Em outro precedente (processo n.º 000.925/97-7), o TCU, pelo voto do Ministro Adhemar Guisi, teceu os seguintes comentários sobre a modalidade de contrato de cota de patrocínio:

(...) 7. É despiciendo comentar da inadequação de ser realizado procedimento licitatório quando adotada a decisão de oferecer patrocínio a alguma entidade ou evento. A decisão de patrocinar é personalíssima, adotada exatamente em função da expectativa de sucesso que possa vir a ser alcançada pela respectiva entidade ou evento, trazendo uma maior veiculação do nome do patrocinador. Assim, fica caracterizada a inviabilidade de competição, que conduz à inexigibilidade prevista no caput do artigo 25 do Estatuto das Licitações e Contratos.

4.13. Assim, não resta outra alternativa à Administração senão promover a contratação direta com base em inexigibilidade de licitação para a aquisição do objeto pretendido.

5. DA COMPROVAÇÃO DA INVIABILIDADE DE COMPETIÇÃO – FORNECEDOR EXCLUSIVO

5.1. Uma vez que a Televisão Cachoeiro Ltda, CNPJ nº 31.494.693/0001-40 detém a exclusividade do objeto, conforme consta da documentação juntada ao processo, resta demonstrada a inviabilidade de competição e, por conseguinte, de licitação, haja vista esta ser a única empresa que legalmente autorizada para a comercialização de cotas de patrocínio para o evento da “13ª Edição do Prêmio Biguá de Sustentabilidade”, sendo a única capaz de satisfazer as necessidades desse ente público, inexistindo qualquer outra que forneça o objeto supracitado, inviabilizando-se, assim, o procedimento licitatório.

5.2. Assim, a razão para a escolha do contratado se confunde com a inviabilidade de competição, haja vista a Televisão Cachoeiro Ltda, CNPJ nº 31.494.693/0001-40, ser a única detentora dos referidos serviços.

6. DOS REQUISITOS TÉCNICOS

R. Prof. Quintiliano de Azevedo, 31Guandú
Cachoeiro de Itapemirim - ES
29300-803
28.3511 7077



Autenticar documento em <https://processos.cachoeiro.es.gov.br/autenticidade>
com o identificador 31003000370033003700350035003A00540052004100, Documento assinado digitalmente conforme
MP nº 2.200-2/2001, que institui a Infra-estrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.



6.1. A contratada deverá ser legalmente autorizada a prestar os serviços correlatos ao objeto, tais como atividades de gravação de mídias, atividades de rádio, provedor de conteúdo e outros serviços de informação na internet e serviços de organização de feiras, congressos, exposições e afins.

6.2. Além de atendimento do objeto, a pretensa contratada deverá apresentar regularmente a seguinte documentação de habilitação:

- a) Contrato social ou documento equivalente;
- b) Regularidade fiscal, social e trabalhista;
- c) Declaração de que não se encontra impedida se contratar sob nenhuma das hipóteses previstas no art. 14 da Lei Federal nº 14.133, de 2021; Cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas; Cumpre o disposto no inc. XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, bem como comunicará à Agersa qualquer fato ou evento superveniente que venha alterar a atual situação; e de que tomou conhecimento de todas as informações e das condições locais para o cumprimento das obrigações contratadas.
- d) Declaração de exclusividade;

6.3. Conforme documentação constante do processo, a pretensa contratada Televisão Cachoeiro Ltda, CNPJ nº 31.494.693/0001-40, apresentou regularmente a habilitação jurídica, técnica, fiscal, social e trabalhista, além de atender aos requisitos técnicos desta contratação.

7. DA JUSTIFICATIVA DO PREÇO

7.1. Conforme já delineado nos itens anteriores a justificativa do preço a ser investido se dá em razão da singularidade da programação cuja veiculação de peças irá fomentar a atuação da Agersa no Município, associando a sua identidade a importância das ações sustentáveis.

7.2. Por outro lado, na forma do plano de divulgação juntado ao presente o valor a ser pago pelas demais patrocinadoras estão na proporcionalidade do preço a ser investido por esta Autarquia segundo o quantitativo de peças, inserções/mídias a ser veiculadas.



7.3. Desta forma, para o referido evento, foram disponibilizadas para comercialização 04 (quatro) cotas de igual valor, qual seja, R\$ 175.000,00 (cento e setenta e cinco mil reais).

7.4 Para fins de verificação da razoabilidade dos custos da contratação foi efetuada comparação de preços de contratações similares por outros órgãos da Administração Pública, nos moldes da Orientação Normativa nº 17, de 01 de abril de 2009, da Advocacia Geral da União:

A RAZOABILIDADE DO VALOR DAS CONTRATAÇÕES DECORRENTES DE INEXIGIBILIDADE DE LICITAÇÃO PODERÁ SER AFERIDA POR MEIO DA COMPARAÇÃO DA PROPOSTA APRESENTADA COM OS PREÇOS PRATICADOS PELA FUTURA CONTRATADA JUNTO A OUTROS ENTES PÚBLICOS E/OU PRIVADOS, OU OUTROS MEIOS IGUALMENTE IDÔNEOS.

7.4 Desta forma, foram obtidos preços referenciais, o que comprova que o valor da proposta comercial se encontra em consonância com os valores praticados por outras Administrações Públicas contratantes.

7.5. Para fins de aferição do preço, foi juntado na cesta de preços o valor da última aquisição de cota de patrocínio realizada pela Agersa para apoio ao evento em edição anterior.

7.6 Desta forma, torna-se viável a contratação direta com a Televisão Cachoeiro Ltda, CNPJ nº 31.494.693/0001-40, razão esta da escolha da contratada e justificativa do preço.

8. OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADES DA PATROCINADA

8.1. Apresentar à PATROCINADORA todo o material de divulgação, campanha, vinheta e outros inerentes a “13ª Edição do Prêmio Biguá de Sustentabilidade” para prévia autorização;

8.2. Enviar projeto informando a destinação dos recursos a serem concedidos pela Autarquia em relação ao patrocínio;

8.3. Enviar à PATROCINADORA bilhetes de entrada dos eventos em número suficiente para acompanhamento e participação do evento de premiação e de outros inerentes ao Projeto patrocinado;



8.4. Findo o prazo de vigência do contrato, encaminhar a Prestação de Contas com os documentos comprobatórios;

8.5. Cumprir todas as exigências determinadas pelos órgãos públicos para a realização do objeto deste Contrato;

8.6. Oferecer para a PATROCINADORA as seguintes contrapartidas institucionais e mercadológicas:

a. Inserir a logomarca da AGERSA no material promocional e de divulgação do evento, de acordo com a contrapartida informada pela PATROCINADA, observando as limitações previstas no período eleitoral.

b. Inserir a logomarca da AGERSA no site do evento, se houver, observando as limitações previstas no período eleitoral.

c. Ceder o direito de uso dos materiais editados inerentes ao projeto, sem qualquer ônus, em campanhas de divulgação institucional da PATROCINADORA, inclusive em seu site na internet.

8.7. Uma cópia de TODO o material de divulgação informado no projeto deverá ser enviado à PATROCINADORA anexo à Prestação de Contas, como forma de comprovação da contrapartida.

8.7.1. A Prestação de Contas deverá ocorrer no prazo de 30 (trinta) dias após a vigência do contrato, mediante protocolo na AGERSA.

8.7.2. A Prestação de Contas deverá ser constituída dos seguintes documentos:

a) Demonstrativos da execução da Receita e Despesa, evidenciando os recursos recebidos, a contrapartida, e os saldos;

b) Cópia da Notas Fiscais e recibos, contratos com atesto e carimbo de recebimento/pagamento;



c) Caso os pagamentos forem pagos em cheque, apresentar cópias dos cheques com atesto e carimbo do responsável da proponente, informar o número do cheque na nota fiscal que se refere e apresentar o extrato bancário identificando a compensação do cheque;

c) Comprovação de cumprimento da contrapartida, de acordo com os seguintes documentos comprobatórios de veiculação:

- Para TV

1) Nas praças cobertas por serviço de checagem: relatório de checagem emitido pela empresa patrocinada e vinheta de TV;

2) Nas praças não cobertas por serviço de checagem: comprovante de veiculação emitido eletronicamente pela empresa que realizou a veiculação ou declaração, sob as penas do artigo 299 do Código Penal Brasileiro firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: razão social e CNPJ/MF da empresa, nome completo, CPF/MF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, dia e horário de veiculação.

- Para Mídia Exterior:

3) Relatório de checagem com fotos, emitidos por empresa patrocinada; original ou fotos das peças, fornecidas pelas empresas exibidoras, com identificação do local de exibição, em ambos os casos;

- Para Internet:

4) Relatório de gerenciamento fornecido pelas empresas que veicularam as peças e print da tela.

8.7.3. Quando houver contrapartidas ambientais, apresentar comprovação de que foi feita a divulgação da AGERSA como incentivadora, por meio de exibição da marca ou menção (fotos legíveis e/ou gravações de áudio/vídeo);

8.7.4. Apresentar registros fotográficos e/ou outros meios de visualização do evento;

8.7.5. Relatório final pós-evento com informação dos resultados alcançados;



8.7.6. Caso a documentação apresentada na Prestação de Contas ultrapasse o valor do recurso liberado, a Proponente deverá apresentar uma declaração informando à Autarquia que ficará responsável pelo valor ultrapassado;

8.7.7. Caso os documentos comprobatórios das despesas apresentem incorreções ou impropriedades, a PATROCINADORA deverá solicitar a sua correção ou substituição, que deverão ser efetuados num prazo máximo de 30 (trinta) dias.

8.7.8. Não atendidas as solicitações nos prazos acima informados, as despesas serão glosadas e o ressarcimento será devido, integralmente pela PATROCINADA, corrigido desde a data do pagamento, de acordo com a legislação vigente.

8.8. Quaisquer tributos ou taxas que porventura sejam devidas em decorrência direta ou indireta do contrato serão de responsabilidade exclusiva da PATROCINADA.

8.9. Manter os documentos originais comprobatórios das despesas conservados em arquivo à disposição da AGERSA, pelo prazo de 5 (cinco) anos do julgamento das contas dos responsáveis pelo Tribunal de Contas do Estado do Espírito Santo, findo o qual poderão ser destinados aos fins determinados pela PATROCINADA;

8.10. Na execução do contrato, a patrocinada não poderá utilizar mão de obra escrava e nem se valer de trabalho infantil;

8.11. É vedado a patrocinada associar o evento ao nome de autoridades ou servidores públicos, em observância ao disposto no § 1º do art. 37 da Constituição Federal.

8.12. Manter, durante a execução do Contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação;

8.13. As peças e os eventos do Plano de Divulgação deverão ter sintonia com a missão institucional da AGERSA.

9. OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADES DA PATROCINADORA:

R. Prof. Quintiliano de Azevedo, 31Guandú
Cachoeiro de Itapemirim - ES
29300-803
28.3511 7077



Autenticar documento em <https://processos.cachoeiro.es.gov.br/autenticidade>
com o identificador 31003000370033003700350035003A00540052004100, Documento assinado digitalmente conforme
MP nº 2.200-2/2001, que institui a Infra-estrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.



9.1. Designar servidor para acompanhar a execução e fiscalização do patrocínio contratado, devendo este fazer anotações e registros de todas as ocorrências, comunicando à PATROCINADA e, quando necessário, exigir a correção de falhas ou defeitos observados.

9.2. Notificar, por escrito, à PATROCINADA, toda e qualquer irregularidade constada na execução do patrocínio;

9.3. Fornecer à PATROCINADA todas as informações relacionadas com o objeto do Contrato;

9.4. Efetuar o pagamento nas condições e prazos de acordo com o contrato.

10. DO PRAZO DE VIGÊNCIA

10.1. O prazo de vigência da contratação iniciará a partir da data de publicação do extrato do contrato no Diário Oficial do Município, até 30 de novembro de 2024, data prevista para encerramento do evento.

11. DA RESPONSABILIDADE PELA FISCALIZAÇÃO

11.1. A execução do Contrato será acompanhada por servidor previamente designado pela Administração, que deverá atestar a realização da divulgação de patrocínio, para cumprimento das normas estabelecidas nos arts. 62 e 63 da Lei nº 4.320/64.

11.2. Ao(s) fiscal (is) competirá:

11.2.1. Dirimir dúvidas que surgirem no curso da execução deste instrumento;

11.2.2. Fiscalizar a execução dos serviços desde a assinatura do Instrumento Contratual até a extinção ou rescisão do mesmo;

11.2.3. Propor, quando necessário, a extinção, prorrogação e alteração contratual;

R. Prof. Quintiliano de Azevedo, 31Guandú
Cachoeiro de Itapemirim - ES
29300-803
28.3511 7077



Autenticar documento em <https://processos.cachoeiro.es.gov.br/autenticidade>
com o identificador 31003000370033003700350035003A00540052004100, Documento assinado digitalmente conforme
MP nº 2.200-2/2001, que institui a Infra-estrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.



11.2.4. Providenciar Livro de Registro, onde deverá ser documentado, juntamente com o preposto da PATROCINADA, as ocorrências havidas.

11.3. O fiscal anotará todas as ocorrências relacionadas com a execução do patrocínio em registro próprio, determinando o que for necessário à regularização das faltas ou defeitos observados, nos termos do Contrato;

11.4. As decisões e providências que ultrapassarem a competência do fiscal deverão ser solicitadas a seus superiores em tempo hábil para a adoção das medidas convenientes.

11.5. A PATROCINADA deverá manter preposto para representá-la durante a execução do patrocínio objeto do presente Instrumento.

11.6. A fiscalização será exercida no interesse exclusivo da PATROCINADORA e não exclui nem reduz a responsabilidade da PATROCINADA por qualquer irregularidade.

12. DA FORMA DE PAGAMENTO

12.1. O pagamento do valor da cota de patrocínio será efetuado de forma parcelada, após o fornecimento a AGERSA de nota fiscal no valor e nos prazos constantes neste termo de referência:

a) Maio/2024: R\$ 75.000,00 (setenta e cinco mil reais);

b) Junho/2024: R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais);

c) Novembro/2024: R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais);

12.1.1. O pagamento será realizado em até 15 (quinze) dias após protocolo da nota fiscal e ateste pelo fiscal do contrato.

12.2. A AGERSA deverá efetuar o pagamento em moeda corrente através de ordem bancária, nas datas estabelecidas no contrato, sem juros e atualização monetária, mediante autorização da fiscalização do contrato após a verificação da documentação constante no item 12.6.

R. Prof. Quintiliano de Azevedo, 31Guandú
Cachoeiro de Itapemirim - ES
29300-803
28.3511 7077



Autenticar documento em <https://processos.cachoeiro.es.gov.br/autenticidade>
com o identificador 31003000370033003700350035003A00540052004100, Documento assinado digitalmente conforme
MP nº 2.200-2/2001, que institui a Infra-estrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.



12.3. Somente será devida à PATROCINADA o pagamento de juros quando ocorrer inadimplimentos provocados pela PATROCINADORA.

12.4. Ocorrendo erros na apresentação do(s) documento(s) fiscal(is), o(s) mesmo(s) será(ão) devolvido(s) à empresa PATROCINADA para correção, ficando estabelecido que o prazo para pagamento será contado a partir da data de apresentação da nova fatura, devidamente corrigida.

12.5. A AGERSA poderá deduzir do pagamento importâncias que a qualquer título lhe forem devidos pela PATROCINADA, em decorrência de descumprimento de suas obrigações.

12.6. O pagamento será efetuado somente mediante a apresentação da Nota Fiscal acompanhada da seguinte documentação:

- a) Prova de Regularidade para com a Fazenda Federal através da Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativos a Tributos Federais, à Dívida Ativa da União e Previdenciários, expedida pela Receita Federal do Brasil;
- b) Prova de Regularidade (certidão) perante a Fazenda Pública do Estado do Espírito Santo;
- c) Prova de Regularidade (certidão) com a Fazenda Pública do Município de Cachoeiro de Itapemirim-ES;
- d) Prova de Regularidade (certidão) com o FGTS (Fundo de Garantia do Tempo de Serviço);
- e) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas, conforme Lei nº 12.440/2011.

12.7. O pagamento será efetivado mediante depósito em conta corrente, em qualquer agência da rede bancária indicada pela empresa PATROCINADA.

12.8. De acordo com a Portaria Municipal nº 465/05, Artigo 1º, §§ 1º e 2º, o CNPJ ou CPF constante do respectivo processo e o CNPJ ou CPF da conta bancária deverão ser coincidentes.

12.8.1. Não serão efetuados créditos em contas:

- a) de empresas associadas;
- b) de matriz para filial;



- c) de filial para matriz;
- d) de sócio;
- e) de representante;
- f) de procurador, sob qualquer condição.

12.9. É vedada a antecipação de quaisquer pagamentos sem o cumprimento das condições estabelecidas neste projeto básico.

12.10. Nenhum pagamento será efetuado a PATROCINADA enquanto pendente de liquidação qualquer obrigação financeira que lhe for imposta em virtude de penalidade ou inadimplemento contratual.

12.11. No preço já estão incluídos todos os custos referentes à mão de obra direta e/ou indireta, acrescidos de todos os encargos sociais e obrigações de ordem trabalhista, recursos materiais, transporte, seguros de qualquer natureza, perdas eventuais, despesas administrativas, tributos e demais encargos necessários a prestação dos serviços tratados neste Instrumento.

13. DA INEXECUÇÃO

13.1. A patrocinada deverá observar rigorosamente as condições estabelecidas para a realização do objeto contratado, sujeitando-se às penalidades constantes no art. 156 da Lei nº 14.133/2021.

13.1.1. Caso deixe de cumprir as obrigações estabelecidas, a patrocinada estará sujeita as seguintes penalidades:

- a) advertência;
- b) multa;
- c) impedimento de licitar e contratar;
- d) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

R. Prof. Quintiliano de Azevedo, 31Guandú
Cachoeiro de Itapemirim - ES
29300-803
28.3511 7077



Autenticar documento em <https://processos.cachoeiro.es.gov.br/autenticidade>
com o identificador 31003000370033003700350035003A00540052004100, Documento assinado digitalmente conforme
MP nº 2.200-2/2001, que institui a Infra-estrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.



13.1.2. A multa prevista na alínea “b” do item acima será descontada, de imediato, do pagamento devido ou cobradas judicialmente, se for o caso.

13.1.3. Antes da aplicação de qualquer das penalidades, a patrocinada será advertida, devendo apresentar defesa em 05 (cinco) dias úteis.

13.1.4. A patrocinada somente poderá receber 03 (três) advertências, quando, então, será declarado o descumprimento do Contrato, com a aplicação das penalidades cabíveis.

13.1.5. As advertências, quando seguidas de justificativa aceita pela Agersa, não serão computadas para o fim previsto no item 13.1.4

13.1.6. As advertências, quando não seguidas de justificativa ou quando esta não for aceita pela Agersa, darão ensejo à aplicação das penalidades das letras “b” a “e” do item 13.1.1.

13.1.7. A multa prevista na letra “b” poderá ser aplicada em conjunto e cumulada com uma das penalidades previstas nas letras “c” e “4” todas do item 13.1.1.

13.1.8. A multa moratória será calculada do momento em que ocorreu o fato gerador e não da advertência, estando limitada a 10% (dez por cento), quando deverá ser cancelado o Contrato e aplicada, também, a multa cominatória de 10% (dez por cento). Poderá a patrocinadora, entretanto, cancelar o Contrato em razão do atraso.

13.1.9. A patrocinadora poderá considerar outros fatos, que não o simples atraso na execução do serviço, para extinção do Contrato.

13.1.10. As multas serão calculadas pelo total mensal do valor do Contrato.

13.1.11. Se o descumprimento da obrigação constante no Contrato gerar consequências graves para a AGERSA, poderá esta, além de extinguir o Contrato, aplicar uma das penalidades previstas na letra “d” ou “e” do item 13.1.1.

13.1.12. A dosagem da pena e a dimensão do dano serão identificadas pela Administração Pública;



13.1.13. Quando declarada a Inidoneidade da patrocinada, a patrocinadora submeterá sua decisão ao seu Procurador, a fim de que, se confirmada, tenha efeito perante a Administração Pública Municipal.

13.1.14. Se confirmada a Declaração de Inidoneidade, será esta considerada como suspensão para contratar com a Administração pelo prazo máximo de 02 (dois) anos.

13.1.15. Poderão ser declarados inidôneos ou receberem a pena de suspensão as empresas ou profissionais que, em razão dos contratos regidos pela Lei nº 14.133/2021.

13.1.16. Tenham sofrido condenação definitiva por praticarem, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

13.1.17. Tenham praticado atos ilícitos visando frustrar os objetivos de licitação;

13.1.18. Demonstrarem não possuir idoneidade para contratar com a Administração Pública em virtude da prática e de atos ilícitos.

14. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

14.1 A despesa resultante desta Inexigibilidade de Licitação ocorrerá à conta da Agersa no exercício de 2024, conforme declaração do Ordenador de Despesas a ser juntado ao presente Instrumento, com a seguinte Dotação Orçamentária:

Identificação da Despesa OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIRO- PJ; Dotação Orçamentária nº : 3.3.90.39.00.00; Identificação da despesa no sub-elemento : PATROCÍNIOS; Subelemento da Despesa nº: 3.3.90.39.76.00; Fonte de Recurso: 1758000005807; Projeto Atividade: Gestão da Agência de Regulação; Ficha: 76.

15. DO PRAZO DE EXECUÇÃO

15.1. O prazo de execução iniciará a partir da data de publicação do extrato do contrato no Diário Oficial do Município, obedecendo-se o cronograma de ações previstas para o evento, conforme prospecto encaminhado.

R. Prof. Quintiliano de Azevedo, 31Guandú
Cachoeiro de Itapemirim - ES
29300-803
28.3511 7077



Autenticar documento em <https://processos.cachoeiro.es.gov.br/autenticidade>
com o identificador 31003000370033003700350035003A00540052004100, Documento assinado digitalmente conforme
MP nº 2.200-2/2001, que institui a Infra-estrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.



16. DO PARCELAMENTO DO REPASSE FINANCEIRO

16.1. Quanto ao parcelamento do repasse financeiro, entende-se que o repasse de recursos estaria condicionado à comprovação da contrapartida oferecida, mediante demonstração da entrega do material ou da prestação efetiva do serviço pelo patrocinado.

16.2. Tal entendimento encontra consonância, inclusive, na jurisprudência do Tribunal de Contas da União, conforme se observa do trecho abaixo transcrito do Acórdão nº 3.416/2007 - 1ª Câmara, que versa sobre o momento oportuno para a realização do repasse financeiro em sede de patrocínio:

Assunto: PATROCÍNIO. DOU de 01.11.2007, S. 1, p. 103. Ementa: o TCU determinou, com relação a patrocínio concedido pelo BNB a uma empresa privada, para a realização do Réveillon Fortaleza de 2007, que somente repasse os recursos à empresa beneficiária após a devida apresentação, ao BNB, dos comprovantes (recibos, notas fiscais/faturas) de pagamentos de materiais e/ou serviços utilizados para o evento, correspondentes ao valor igual ou superior ao patrocínio, certificando-se da pertinência da documentação apresentada com a realização do evento, que deveriam estar suportadas pelos respectivos documentos fiscais (item 9.2.1, TC-005.408/2007-0, Acórdão nº 3.416/2007-TCU-1ª Câmara).

16.3. Nesse contexto, tomando por base o entendimento ora esposado e a orientação do Tribunal de Contas da União de que o repasse financeiro para as ações de patrocínio somente deve ser realizado após a comprovação da contrapartida, faz-se necessário, também, analisar e identificar em cada caso concreto o momento dessa comprovação.

16.4. Para tanto, nesse caso, tem-se como contrapartida o oferecimento pela patrocinada de inscrições no evento que virá a ser realizado. Há o entendimento de que o repasse poderia ocorrer antes da realização do evento, uma vez que, por ocasião deste, a efetivação das inscrições, que constituiria a contrapartida, já teria sido efetuada, não havendo, sob esta ótica, infração aos artigos 60 e 63 da Lei nº 4.320/64.

16.5. Desta forma, a primeira parcela do repasse financeiro virá a ser paga no mês de Maio/2024, mês com evento de lançamento do projeto “13ª Edição do Prêmio Biguá de Sustentabilidade” e inserção da maior parte das mídias, a segunda parcela em Junho/2024 e a terceira parcela em Novembro/2024, de modo a viabilizar o acompanhamento do desenvolvimento do projeto pela patrocinadora.

R. Prof. Quintiliano de Azevedo, 31Guandú
Cachoeiro de Itapemirim - ES
29300-803
28.3511 7077



Autenticar documento em <https://processos.cachoeiro.es.gov.br/autenticidade>
com o identificador 3100300037003300370035003A00540052004100, Documento assinado digitalmente conforme
MP nº 2.200-2/2001, que institui a Infra-estrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.



16.6. Aplicando-se por analogia as recomendações do Tribunal de Contas da União relativas a convênios, tem-se que deve ser evitado o repasse dos recursos em parcela única, como ilustra o julgado abaixo:

Assunto: CONVÊNIOS. DOU de 22.11.2010, S. 1, p. 118. Ementa: alerta à SUDAM quanto à necessidade de, nos convênios, atentar que, nos termos do art. 42, “caput”, da Portaria Interministerial/MP, MF e CGU nº 127/2008, a liberação de recursos deve obedecer ao cronograma de desembolso previsto no Plano de Trabalho e guardar consonância com as metas e fases ou etapas de execução do objeto do convênio, de modo a evitar o repasse em parcela única (item 1.5.3.2, TC-018.920/2007-0, Acórdão nº 7.551/2010-1ª Câmara).

16.7. Desta forma, em face da opção administrativa de fracionar o repasse dos recursos financeiros após avaliação do caso concreto de patrocínio, devendo ser adotada sempre que viável em face da natureza das contrapartidas e da possibilidade de estas serem fornecidas em etapas, o que deve ser objeto de análise prévia pela Administração antes da formalização do respectivo contrato, justificou-se o parcelamento na forma mencionada.

17.1. DA MATRIZ DE RISCO

17.1. Na ocorrência de despesas imprevistas relacionadas à aquisição de cota de patrocínio que possam exceder o orçamento planejado, caberá à patrocinada arcar com os custos, ficando a patrocinadora restrita ao pagamento da cota de patrocínio adquirida;

17.2. Na ocorrência de eventuais falhas na execução do contrato de patrocínio, como atrasos na entrega de contrapartidas ou problemas na prestação de serviços, caberá à patrocinada a resolução das demandas, bem como o gerenciamento adequado dos compromissos assumidos como parte do acordo de patrocínio;

17.3. Caberá à patrocinada a responsabilidade pelo atingimento dos resultados esperados em termos de visibilidade da marca institucional da patrocinadora, devendo providenciar todas as inserções de mídia previstas na proposta comercial.

18. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

18.1. Condições de Execução

R. Prof. Quintiliano de Azevedo, 31Guandú
Cachoeiro de Itapemirim - ES
29300-803
28.3511 7077



Autenticar documento em <https://processos.cachoeiro.es.gov.br/autenticidade>
com o identificador 31003000370033003700350035003A00540052004100, Documento assinado digitalmente conforme
MP nº 2.200-2/2001, que institui a Infra-estrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.



16.1.1. A execução do objeto ocorrerá com o cumprimento das ações propostas no prospecto da empresa, com as ativações de marca propostas e com a execução do plano comercial digital de inserção de mídia nos canais indicados, conforme cronograma proposto para a realização do evento.

19. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

19.1. O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133, de 2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

19.2. Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do contrato, serão anotadas tais circunstâncias pelo fiscal do contrato em registro próprio.

19.3. As comunicações entre o órgão ou entidade e a contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

19.4. O órgão ou entidade poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

19.5. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, caput).

19.6. O fiscal técnico do contrato acompanhará a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração.

19.7. O fiscal técnico do contrato anotará no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, §1º)

20. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E DE PAGAMENTO

R. Prof. Quintiliano de Azevedo, 31Guandú
Cachoeiro de Itapemirim - ES
29300-803
28.3511 7077



Autenticar documento em <https://processos.cachoeiro.es.gov.br/autenticidade>
com o identificador 31003000370033003700350035003A00540052004100, Documento assinado digitalmente conforme
MP nº 2.200-2/2001, que institui a Infra-estrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.



20.1. A medição dos serviços será feita por quantidade de serviços executados, concluídos e aceitos, com base nas especificações deste Termo de Referência e de acordo com o cronograma de pagamento previsto no item 12.1.

20.2. A aferição/medição do serviço para efeito de pagamento terá como base o reconhecimento da plena execução do serviço solicitado.

21. DA FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

21.1. O patrocinado será selecionado diretamente, por inexigibilidade de licitação, com base no art. 74, *caput* e inciso I, da Lei nº 14.133, deste que preenchidos os requisitos para a contratação direta e apresentada regularmente a documentação de habilitação e regularidade fiscal, trabalhista e social.

21.2. Os serviços objeto desta contratação serão prestados pela Televisão Cachoeiro Ltda, CNPJ nº 31.494.693/0001-40, por ser este o fornecedor exclusivo.

22. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

22.1. Da Subcontratação

22.1.1. Não é admitida a subcontratação da parcela principal do objeto, qual seja, organização e promoção da “13ª Edição do Prêmio Biguá Sustentabilidade”, bem como é vedada a subcontratação das inserções de mídias contratadas.

22.2. Da garantia da contratação

22.2.1. Não haverá exigência da garantia da contratação dos artigos 96 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021.

Cachoeiro de Itapemirim, ES, 16 de abril de 2024.

Vanderley Teodoro de Souza

R. Prof. Quintiliano de Azevedo, 31Guandú
Cachoeiro de Itapemirim - ES
29300-803
28.3511 7077



Autenticar documento em <https://processos.cachoeiro.es.gov.br/autenticidade>
com o identificador 31003000370033003700350035003A00540052004100, Documento assinado digitalmente conforme
MP nº 2.200-2/2001, que institui a Infra-estrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.



Diretor Presidente - AGERSA

R. Prof. Quintiliano de Azevedo, 31Guandú
Cachoeiro de Itapemirim - ES
29300-803
28.3511 7077



Autenticar documento em <https://processos.cachoeiro.es.gov.br/autenticidade>
com o identificador 31003000370033003700350035003A00540052004100, Documento assinado digitalmente conforme
MP nº 2.200-2/2001, que institui a Infra-estrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.

