



PREFEITURA MUNICIPAL DA

SERRA

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

EDITAL CONCORRÊNCIA Nº 001/2025

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 53.390/2024

OBJETO: Contratação de agência especializada na prestação de serviços de publicidade e propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de ações publicitárias com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover os serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral

CRITÉRIO DE JULGAMENTO: TÉCNICA E PREÇO

DATA E HORÁRIO DA SESSÃO: 18/11/2025 - 10:00HS

A sessão pública de processamento Concorrência será realizada, no dia e horário acima indicados, no **Prédio da Secretaria de Educação - Centro Administrativo Arino Gonçalves, na Rua Domingos Martins, 181, Serra Centro, Serra/ES - 29164-120.**

Os Invólucros contendo os documentos serão recebidos no endereço acima mencionado, na sessão pública de processamento desta licitação.

Fundamento Legal:

Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências.

Lei n. 14.133, de 1º de abril de 2021, que regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências;

Lei 4.680, de 18 de junho de 1965, que dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda e dá outras providências.

DECRETO Nº 5.618 DE 29 DE DEZEMBRO DE 2023, que regulamenta os procedimentos auxiliares das licitações e contratações, conforme disposto no § 1º do artigo 78 da Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, Nova Lei de Licitações e Contratos Administrativos – NLLC, no âmbito do Poder Executivo Municipal.



PREFEITURA MUNICIPAL DA

SERRA

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

SUMÁRIO DO EDITAL

Sumário

1.	DISPOSIÇÕES INICIAIS.....	4
2.	RETIRADA DO EDITAL.....	4
3.	ESCLARECIMENTOS, IMPUGNAÇÕES E RECURSOS.....	4
4.	OBJETO:	4
5.	DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO:	5
6.	ALTERAÇÃO SUBJETIVA.....	7
7.	RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS.....	7
8.	DO CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES.....	7
9.	PROCEDIMENTO DE ENTREGA E RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS	8
10.	ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA	10
11.	JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS.....	15
12.	APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS	19
13.	VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS	20
14.	JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS	21
15.	ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO	21
16.	ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO	23
17.	DA COMISSÃO TEMPORARIA DE CONTRATAÇÃO DE BENS E SERVIÇOS ESPECIAIS E DA SUBCOMISSÃO DE TÉCNICA	24
18.	PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS.....	24
19.	ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO.....	27
20.	DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS	28
21.	RECURSOS ADMINISTRATIVOS	28



PREFEITURA MUNICIPAL DA

SERRA

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

22.	RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS	28
23.	CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS E CONTRATUAIS	29
24.	GARANTIA DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS.....	30
25.	REMUNERAÇÃO	31
26.	DESCONTO DE AGÊNCIA	32
27.	LIQUIDAÇÃO, PAGAMENTO E REAJUSTES	32
28.	FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO	36
29.	SANÇÕES ADMINISTRATIVAS	37
30.	DISPOSIÇÕES GERAIS	37

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA****1. DISPOSIÇÕES INICIAIS**

1.1 A Secretaria Municipal de Comunicação, doravante denominada Secretaria de Comunicação, por intermédio da Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais nomeada pelos Decretos Municipais nº. 6.954/2024 e 767/2025 - SEGEPLAN torna público aos interessados que realizará **CONCORRÊNCIA**, do **TIPO TÉCNICA E PREÇO**, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

1.2 A licitação e as contratações dela decorrentes são reguladas pelas disposições previstas neste edital e pelo disposto em seus anexos e serão regidas pela Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010 e, de forma complementar, pela Lei Federal nº 14.133 de 01 de abril de 2021, pela Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965, pelo Decreto Federal nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966.

1.3 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, na forma prevista neste edital e em seus anexos.

2. RETIRADA DO EDITAL

2.1 Este Edital poderá ser obtido na internet, nos seguintes endereços eletrônicos: <https://transparencia.serra.es.gov.br/Licitacao.Lista.aspx?MunicipioID=1&exercicio=2025>.

2.2 Os interessados em participar desta licitação se obrigam a acompanhar eventuais alterações e/ou informações sobre esta concorrência.

3. ESCLARECIMENTOS, IMPUGNAÇÕES E RECURSOS**3.1 ESCLARECIMENTOS E IMPUGNAÇÕES:**

3.1.1 Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar edital de licitação por irregularidade na aplicação da Lei Federal nº 14.133, de 2021 ou para solicitar esclarecimentos e providências sobre os seus termos, devendo protocolar o pedido, no prazo de até 3 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, por meio de Ofício a ser encaminhado, preferencialmente, no site <https://prefeiturasempapel.serra.es.gov.br/Portal/Login.aspx> pelo qual serão respondidos os esclarecimentos solicitados, no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

3.1.2 As respostas aos pedidos de esclarecimentos e impugnações serão divulgadas no Portal de Transparência do Município de Serra. <https://transparencia.serra.es.gov.br/Licitacao.Detalhes.aspx?municipioid=1&Licitacaoid=14390>

3.2 RECURSOS E CONTRARRAZÕES:

3.2.1 As razões de recurso e as contrarrazões poderão ser enviadas exclusivamente por meio eletrônico, observando as regras dispostas no item 21 deste Edital.

3.3 DISPONIBILIDADE DOS AUTOS:

3.3.1 No curso da licitação, os autos do processo licitatório estarão à disposição dos interessados no sistema Prefeitura Sem Papel no site <https://transparencia.serra.es.gov.br/Licitacao.Lista.aspx?MunicipioID=1&exercicio=2025>, devendo os interessados apresentarem requisição de acesso ao protocolo via sistema.

4. OBJETO:

4.1 A presente licitação tem por objeto: prestação de serviços de publicidade e propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo **o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de ações publicitárias com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação**, de promover os serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

Descrição geral	Descrição por	Valor Estimado
CATSER. 892 ou 15601		
Contratação de agência especializada na prestação de serviços de publicidade e propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de ações publicitárias com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover os serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.	1. Investimento em mídia (veiculação)	7.300.000,00
	2. Investimentos em produção	2.700.000,00
	2.1 Folheteria e lonas	
	2.2 Plotagem	
	2.3 Monitoramento digital	
	2.4 Sublimação	
	2.5 Campanhas de TV (planejamento, produção e entrega digital)	
	2.6 Criação de peças publicitárias digitais para portais e impressos	
	2.7 Diária audiovisual (fotos e vídeos)	

4.2 O **objeto** da presente licitação deverá ser executado na forma e condições estabelecidas neste edital e seus Anexos.

4.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

4.3.1 Os projetos e campanhas compreendem o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

4.3.2 A alínea acima tem o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições e de informar o público em geral.

4.3.3 Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

4.3.3.1 À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

4.3.3.2 Ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou, sobre os resultados das campanhas realizadas respeitando o disposto no art. 3º da Lei nº 12.232/2010 e das campanhas em desenvolvimento, relacionados à publicidade institucional, inclusive de utilidade pública da Prefeitura.

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

4.3.4 Não se confundem com o objeto desta licitação, estando, portanto, fora da contratação, as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.

4.3.4.1 Não se incluem no conceito de patrocínio, o patrocínio de mídia – assim entendido os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimentos comercializados por veículo de divulgação.

5. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO:

5.1 Poderão participar desta licitação as empresas interessadas, do ramo de atividade pertinente ao objeto licitado, que tenham atividades disciplinadas pela Lei nº 4.680/65 e obtido o **certificado de qualificação técnica de funcionamento**, nos termos do artigo 4º da Lei nº 12.232/10, doravante designadas concorrentes, que atenderem a todas as exigências deste Edital e de seus Anexos, sendo vedada a participação de:

a) Empresas declaradas inidôneas para licitar ou contratar com qualquer órgão ou entidade da Administração Pública Direta ou Indireta Federal, Estadual ou Municipal;



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

- b) Empresas suspensas temporariamente/impedidas de licitar ou contratar com a Administração Pública Direta e/ou Indireta do Município de Serra/ES.
- c) Empresas com falência decretada;
- d) Empresas das quais participe, seja a que título for, servidor público municipal de Serra/ES;
- e) Empresas cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto deste Edital.

5.2 No caso de participação de Microempresas (ME) ou Empresas de Pequeno Porte (EPP), com fundamento nos art. 42 a 49 da Lei Complementar 123/2006, as licitantes deverão comprovar, quando da apresentação dos documentos de habilitação, sua condição como tal. As disposições a que se refere este item, nos termos do artigo 4º da lei 14.133/2021, não são aplicadas:

- a) no caso de licitação para contratação dos serviços publicitários, cujo valor estimado a título de remuneração da licitante, for superior à receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte;
- b) A obtenção de benefícios a que se refere o caput do artigo 4º da lei 14.133/21 fica limitada às microempresas e às empresas de pequeno porte que, no ano calendário da realização da licitação, ainda não tenham celebrado contratos com a Administração pública cujos valores somados extrapolem a receita máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.

5.3 A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante:

- 5.3.1 A observância dos preceitos legais e regulamentos em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo;
- 5.3.2 A confirmação de que recebeu da Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais, o invólucro padronizado previsto neste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência;
- 5.3.3 A aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste edital e de seus anexos;
- 5.3.4 A obrigatoriedade de manter todas as condições de habilitação e qualificação exigidas para a contratação, obrigando-se o licitante a declarar, sob as penas da lei, a superveniência de fato impeditivo à participação, quando for o caso, conforme o Modelo do Anexo VI deste Edital.

5.4 Não poderão participar desta concorrência as agências de propaganda que:

5.4.1 Tenham sido declaradas inidôneas no âmbito da União, Estados, Distrito Federal e Municípios, em qualquer esfera da Administração Pública;

5.4.2 Constituíram as pessoas jurídicas que foram apenadas conforme alínea a do item 5.1 enquanto perdurarem as causas das penalidades, independentemente de nova pessoa jurídica que vierem a constituir ou de outra em que figurarem como sócios;

5.4.3 Tenham sócios comuns com as pessoas jurídicas referidas no item alínea b do item 5.1;

5.4.4 Empresas reunidas em consórcio ou pessoa física não empresária;

5.4.5 Não funcionem no País, se encontrem sob falência, dissolução ou liquidação, bem como as pessoas físicas sob insolvência;

5.4.6 Mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade Secretária de Comunicação ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;

5.4.7 Servidores ou dirigentes de órgão ou de entidade estadual e/ou municipal figurem como sócios, dirigentes ou da qual participem indiretamente; é também vedada a participação de servidor ou dirigente de órgão ou entidade estadual e/ou municipal enquanto pessoas físicas.

5.4.7.1 Considera-se participação indireta a existência de qualquer vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira ou trabalhista.

5.4.8 As pessoas físicas e jurídicas de que trata o art. 14 da Lei Federal n.º 14.133, de 2021.

5.4.9 Cujo Invólucro nº 01:

5.4.9.1 Apresente qualquer informação, marca, sinal, palavra ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 02;

5.4.9.2 Esteja danificado ou deformado pelas peças, material ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 02.



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

5.4.10 O (a) Agente de Contratação verificar o eventual descumprimento das condições de participação, especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação.

5.5 Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

5.6 O licitante assume todos os custos decorrentes da elaboração de propostas e da apresentação de documentos de habilitação exigidos neste certame, ficando a Unidade Secretaria de Comunicação isenta de qualquer responsabilidade por tais custos, independentemente do resultado do procedimento licitatório.

5.7 O prazo de validade da proposta não será inferior a 90 (noventa) dias, a contar da data de sua apresentação.

5.8 Antes de expirar a validade original da proposta, a Comissão Julgadora da Licitação poderá solicitar à proponente que declare a sua intenção de prorrogar o prazo previsto no item anterior. As respostas se farão por escrito, preferencialmente, por meio eletrônico.

5.8.1 Não será admitida a modificação da proposta pelo licitante que aceitar prorrogar a sua validade.

6. ALTERAÇÃO SUBJETIVA

6.1 É admissível a continuidade do Contrato administrativo quando houver fusão, cisão ou incorporação do Contratado com outra pessoa jurídica, desde que:

6.1.1 Sejam observados pela nova pessoa jurídica todos os requisitos de habilitação exigidos na licitação original;

6.1.2 Sejam mantidas as demais cláusulas e condições do Contrato; e

6.1.3 Não haja prejuízo à execução do objeto pactuado, nem restrição à capacidade do contratado de concluir o contrato, e haja a anuência expressa da Administração à continuidade do contrato.

6.2 A alteração subjetiva a que se refere este item deverá ser formalizada por Termo Aditivo ao Contrato.

7. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS

7.1 As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais em 05 (cinco) Invólucros distintos e separados.

7.2 Os Invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços, serão recebidos como segue:

- **Data:** 18/11/2025.

- **Horário:** 10:00 horas.

- **Local:** Prédio da Secretaria de Educação - Centro Administrativo Arino Gonçalves, na Rua Domingos Martins, 181, Serra Centro, Serra/ES – CEP 29164-120.

7.2.1 Se não houver expediente nessa data, os Invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente.

7.3 A abertura dos Invólucros e demais procedimentos licitatórios, obedecerão ao disposto neste Edital e na legislação.

7.4 O Invólucro nº 5, contendo os documentos de Habilitação, serão recebidos e abertos em dia, local e horário, a serem posteriormente designados pela Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços.

7.5 A Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais exigirá do representante legal do licitante, na abertura da sessão pública, declaração, sob as penas da lei, de que reúne as condições de habilitação exigidas no edital, conforme constante no Anexo III.

8. DO CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1 A representação poderá ser feita por procurador munido de instrumento público ou particular e por Carta de Credenciamento, conforme modelo do Anexo II, comprovando a outorga de poderes necessários para a formulação de propostas e a prática de todos os demais atos inerentes à licitação, juntamente com cópia do documento de identidade do credenciado ou procurador.

8.1.1 O instrumento que comprovará a representatividade do proponente será:

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

8.1.1.1 Para procurador, além da carta de credenciamento indicada no subitem 8.1, deverá ser apresentado documento comprobatório dos poderes de quem subscreve a carta; e;

8.1.1.2 Para sócio, dirigente ou assemblado, além da carta de credenciamento indicada no subitem 8.1, deverá ser apresentada cópia do Ato Constitutivo juntamente com a(s) alteração(ões) ou ato consolidado e Ata de Eleição ou outro documento equivalente apto a produzir os mesmos efeitos, contendo o período de mandato do dirigente ou Diretoria (ou equivalente), que comprove(m) sua capacidade de representação legal, com expressa previsão dos poderes para manifestar pela sociedade, dar declarações, receber intimação, interpor e renunciar a recurso, assim como praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, em nome do proponente.

8.1.2 O representante deverá estar munido de documento hábil de identificação.

8.1.3 A ausência do credenciamento não constituirá motivo para a inabilitação ou desclassificação do proponente, mas impedirá o seu respectivo representante de se manifestar nas sessões.

8.1.4 As pessoas que não comprovarem possuir poderes para representação legal do proponente somente poderão participar da sessão como ouvintes, não podendo consignar em ata suas observações, rubricar documentos, nem praticar os demais atos pertinentes à licitação.

8.1.5 A qualquer momento durante o processo licitatório, o interessado poderá substituir seu representante, desde que devidamente credenciado.

8.1.6 Serão admitidas fotocópias sem autenticação cartorial, desde que os respectivos originais sejam apresentados à Comissão de Contratação para autenticação.

8.1.7 Será admitida apenas 01 (um) representante para cada licitante.

9. PROCEDIMENTO DE ENTREGA E RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS

9.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue na forma estabelecida no item 7.2, respeitado o prazo mínimo de 35 (trinta e cinco) dias úteis contados a partir da data de divulgação do edital de licitação.

9.2 A Sessão Pública de Recebimento das Propostas será processada de acordo com as etapas descritas a seguir:

9.2.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3, nos termos deste Edital.

9.2.2 INVÓLUCRO 1:

9.2.2.1 Deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada**;

9.2.2.2 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada** que estiver acondicionado no Invólucro padronizado fornecido, **obrigatoriamente**, pela PREFEITURA MUNICIPAL DA SERRA;

O Invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada ou por terceiro devidamente representado por procuração, no horário das 10h00min às 16h00min, no **período de 29/10/2025 a 14/11/2025**, no Departamento de Atividades Auxiliares - DATA da Secretaria de Gestão e Planejamento – SEGEPLAN, localizado à Rua Maestro Antônio Cicero, nº 111 – 1º andar, Bairro Caçaroca, Serra, CEP: 29176-100.

9.2.2.3 O Invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.

9.2.2.4 Deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

9.2.2.5 Não poderá:

9.2.2.5.1 Ter nenhuma identificação;

9.2.2.5.2 Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

9.2.2.5.3 Estar danificado ou deformado as peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

9.2.2.6 Não deverá ter nenhum escrito, anotação, identificação ou qualquer elemento na parte externa do Invólucro.

9.2.3 INVÓLUCRO 2:

9.2.3.1 Deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**, que conterá o mesmo teor da via não identificada, com exceção dos exemplos de peças referentes à ideia criativa;

9.2.3.2 O Invólucro deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura;

9.2.3.3 NÃO poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não **Identificada** (Invólucro 1) e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura deste Invólucro;

9.2.3.4 Deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO 2

CONCORRÊNCIA Nº..... /.....- (Mencionar o nº e ano)

PROCESSO ADMINISTRATIVO nº

PROPOSTA TÉCNICA (Via Identificada)

O Invólucro 2 deverá ser opaco, identificado com denominação social e o cadastro no CNPJ da Licitante.

9.2.4 INVÓLUCRO 3:

9.2.4.1 Deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os **Relatos** de Soluções de Problemas de Comunicação;

9.2.4.2 O Invólucro deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

9.2.4.3 NÃO poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada** (Invólucro 1) que possibilite a identificação da autoria deste;

9.2.4.4 Deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO 3

CONCORRÊNCIA Nº..... /.....- (Mencionar o nº e ano)

PROCESSO ADMINISTRATIVO nº

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

O Invólucro 3 deverá ser opaco, identificado com denominação social e o cadastro no CNPJ da Licitante

9.2.5 INVÓLUCRO 4

9.2.5.1 A Proposta de Preços deverá ser entregue acondicionada no INVÓLUCRO 4;

9.2.5.2 O Invólucro deverá ser providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

9.2.5.3 NÃO poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada** (Invólucro 1) e possibilite a identificação da autoria deste.

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

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

INVÓLUCRO 4

CONCORRÊNCIA Nº..... /.....- (Mencionar o nº e ano)

PROCESSO ADMINISTRATIVO nº

PROPOSTA DE PREÇOS

O Invólucro 4 deverá ser opaco, identificado com denominação social e o cadastro no CNPJ da Licitante.

9.2.6 **INVÓLUCRO 5:**

9.2.6.1 Os documentos de habilitação deverão estar acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO 5

CONCORRÊNCIA Nº..... /.....- (Mencionar o nº e ano)

PROCESSO ADMINISTRATIVO nº

DOCUMENTO DE HABILITAÇÃO

O Invólucro 5 deverá ser opaco, identificado com denominação social e o cadastro no CNPJ/MF da Licitante.

9.2.6.2 Os documentos de habilitação deverão ser entregues à Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preço, em dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

9.2.6.3 O Invólucro nº 5 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

9.2.6.4 Os documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno único, todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados alternativamente: em original, em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais, no ato da abertura dos documentos de Habilitação, ou acompanhada de declaração de autenticidade por advogado, sob sua responsabilidade pessoal. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais.

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

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

10.2 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com seguintes quesitos e subquesitos:

- a) Plano de Comunicação Publicitária;
- b) Raciocínio básico;
- c) Estratégia de Comunicação Publicitária;
- d) Ideia Criativa
- e) Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- f) Capacidade de Atendimento;
- g) Repertório;
- h) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

10.2.1 **Plano de Comunicação Publicitária**, será constituído por caderno específico composto dos subquesitos:

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no Briefing – **ANEXO I-B** e nas orientações deste Edital, observadas especialmente as seguintes previsões:

10.2.1.1 O **Plano De Comunicação Publicitária – Via Não Identificada** deverá ser apresentado de acordo com a seguinte formatação:

- a) Em papel tipo sulfite, A4 – com até 90 g/m2 branco;
- b) Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda, capa e contracapa em papel sulfite branco, formato A4, branco e com até 90 g/m2;
- c) Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- d) Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- e) Espaçamento “simples” entre linhas e opcionalmente duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos.
- f) Alinhamento justificado do texto.
- g) Texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automático”, corpo 12 (doze);
- h) Numeração em todas as páginas, em fonte Arial 12, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito;

10.2.1.2 O **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada** não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só e de forma inequívoca, possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro n. 2.

10.2.1.3 O **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Apêndice Briefing, parte deste Termo de Referência/Projeto Básico, observadas as seguintes disposições:

10.2.1.4 O **Plano De Comunicação Publicitária – Via Identificada**, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com as seguintes especificidades:

- a) Ter a identificação da licitante;
- b) Ser datado;
- c) Estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

10.2.2 Raciocínio básico:

10.2.2.1 Apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Serra/ES para enfrentar os desafios ou os problemas gerais e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados;

10.2.3 Estratégia de Comunicação Publicitária

10.2.3.1 Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação previstos no Briefing, compreendendo:

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

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

10.2.4 Ideia Criativa

10.2.4.1 Os textos do **Raciocínio Básico**, da **Estratégia de Comunicação Publicitária** e da relação de peça da **Ideia Criativa**, estado limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.

10.2.4.2 **Ideia Criativa**: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

10.2.4.2.1 Apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no Edital, com comentários sobre cada peça e ou material. Essa

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

relação deverá relacionar as peças ou material em dois blocos: o primeiro, com as peças corporificadas, com o limite de 10 peças e o segundo, com as peças não corporificadas, sem limite do número de peças.

10.2.4.2.2 Da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar 10 (dez) peças como exemplos para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios ou problemas, gerais e ou específicos, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária;

10.2.4.2.3 Da relação de peças e ou material, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes orientações:

I – Ser apresentados sob a forma de:

- a) Roteiro, leiaute e ou storyboard impressos, para qualquer meio;
- b) Protótipo ou “monstro” para peças destinadas a rádio e internet;
- c) Storyboard animado ou animatic ou storyboard impresso, para TV e cinema.

II - Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, observando as seguintes regras:

- a) Cada redução e ou variação de formato será considerada como uma peça;
- b) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;
- d) Um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
- e) Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

10.2.4.3 Só serão aceitos exemplos de peças e ou material não finalizados.

10.2.4.4 Para a produção dos exemplos de peças ou material não serão aceitas capturas de vídeo.

10.2.4.5 Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução.

10.2.4.6 Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e/ou material a que se refere o subitem.

10.2.4.6.1 Os storyboards animados, animatics, protótipos e os “monstros” poderão ser apresentados em HDs Externo e pen-drive, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida

10.2.4.6.2 Os HDs Externo e pendrives utilizados pelas licitantes devem ser executáveis em computadores pessoais, com sistema operacional Windows, nos formatos universais e não podem conter informação, sinal ou marca que permita, inequivocamente, a identificação da licitante, somente a marca do seu fabricante. Também para evitar eventual identificação, as licitantes devem se abster de utilizar HDs Externo e pendrives coloridos, devendo essas mídias de apresentação possuírem **apenas** a cor preta e/ou cinza/prata.

10.2.4.6.3 Os “monstros” de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, HTML, mpeg, swf e mov.

10.2.4.6.4 Na elaboração do storyboard animado ou animatic poderão ser inseridas ilustrações, fotos e/ou imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens, locução ou outros efeitos sonoros, mas não podem ser inseridas imagens animadas ou em movimento.

10.2.4.6.5 Os exemplos de peças e ou material devem ser apresentados separadamente do caderno, ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do **Invólucro 1**. As peças que não se ajustem às dimensões do **Invólucro 1** poderão ser dobradas.

10.2.4.6.6 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido desde que não prejudique sua leitura

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

- sem limitação de cores, sem suporte e ou *passe-partout*, em qualquer tipo de papel A4 ou A3 até 90 gramas.

10.2.5 Estratégia de Mídia e não Mídia, constituída de:

10.2.5.1 Apresentação em que a licitante explicitará a justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

10.2.5.2 Simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e ou material destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, cujo valor estimado da campanha integral simulada.

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

- a) O período de distribuição das peças e ou material;
- b) As quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) As quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- f) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;
- g) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

10.2.5.2.2 Nessa simulação:

- a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei 4.680/65;
- c) Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.
- d) Para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, *trading desks* e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: cpm, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros).

10.2.5.2.3 Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e não Mídia não tem limitação quanto ao número de páginas.

10.2.6 Capacidade de Atendimento

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

10.2.6.2 Qualquer página com os documentos e informações previstos neste item poderá ser editada em papel A3 dobrado.

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

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

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

b) a quantificação e a qualificação sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

c) as instalações, infraestrutura e recursos materiais disponíveis que estarão à disposição da Secretária Municipal de Comunicação na execução do contrato.

d) a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

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

10.2.7 Repertório

10.2.7.1 A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o **Repertório** em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado, seguindo o mesmo padrão de apresentação dos Relatos, ou seja, por meio de HD externo ou pen-drive, desde que atendam às exigências de execução e anonimato.

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

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

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

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

10.2.7.6 As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.01.2020.

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

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

10.2.7.9 As peças e ou material não podem se referir a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo Município de Serra/ES.

10.2.8 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

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

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

a) Será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

- b) Deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- c) Não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e ou aprovadas pelo Município de Serra/ES
- d) Deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

10.2.8.4 A formalização do referendo deverá ser feita na última página do Relato, na qual constarão o nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. As duas páginas do Relato deverão estar assinadas pelo autor do referendo.

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

- a) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em HD Externo e Pen Drive, podendo integrar o caderno específico previsto no Edital ou ser apresentadas soltas;
- b) As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no Edital, em papel A4 ou A3 dobrado ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;
- c) Para cada peça e ou material deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram resolver.

10.2.8.6 Se a licitante apresentar apenas 1 (um) Relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista no Edital.

11. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

11.1 As Propostas Técnicas apresentadas pelos licitantes serão analisadas pela Subcomissão Técnica, a qual verificará o atendimento das condições previstas neste Edital e em seus anexos.

11.2 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir, conforme Quadro 1.

Quadro 1. Pontuação máxima a ser atribuída aos Quesitos e Subquesitos da Proposta Técnica.

QUESITOS/SUBQUESITOS	PONTOS
QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, SENDO:	70 pontos
Raciocínio Básico	15 pontos
Estratégia de Comunicação Publicitária	20 pontos
Ideia Criativa	20 pontos
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15 pontos
QUESITO 2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	10 pontos
QUESITO 3 – EXPERIÊNCIA DA EMPRESA	20 pontos
Repertório	10 pontos
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10 pontos
PONTUAÇÃO MÁXIMA TOTAL	100 pontos

11.3 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os s atributos da proposta, em cada quesito ou subquesito, conforme Quadro 1, que segue abaixo.

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA****Quadro 2. Quesitos e Subquesitos para Julgamento da Proposta Técnica.**

QUESITO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA			
Máximo de 70 pontos			
SUBQUESITOS	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO POR CRITÉRIO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Raciocínio Básico	a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas.	7,0	15,0
	b) Compreensão das informações contidas no Briefing.	4,0	
	c) Clareza e objetividade.	4,0	
2. Estratégia de Comunicação Publicitária	a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Briefing;	6,0	20,0
	b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada.	4,0	
	c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio.	6,0	
	d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.	4,0	
3. Ideia Criativa	a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente.	6,0	20,0
	b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas da Secretaria de Comunicação.	3,0	
	c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente.	5,0	
	d) Pertinência entre as atividades da Secretaria de Comunicação e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico.	2,0	
	e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;.	2,0	
	f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.	2,0	
4. Estratégia de Mídia e Não Mídia	a) Conhecimento Técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico.	4,0	15,0
	b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente.	5,0	
	c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.	6,0	

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

QUESITO 2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO			
Máximo de 10 pontos			
SUBQUESITOS	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO POR CRITÉRIO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Principais Clientes	a) Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante com a especificação do período de atendimento de cada um deles.	1,0	1,0
2. Qualificação e quantificação dos profissionais a disposição	a) Formação Acadêmica e Experiência Profissional. Cálculo aritmético com base nas regras dos itens 11.7 e 11.8.	6,0	6,0
3. Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais.	a) Comprovar possuir instalações, infraestrutura e recursos materiais disponíveis que estarão à disposição da Secretária Municipal de Comunicação na execução do contrato.	1,0	1,0
4. Sistemática de Atendimento.	a) Critérios descritos no item 11.3.2 abaixo.	1,0	1,0
5. Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência, auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas.	a) Comprovar utilizar pelo 2 ou mais ferramentas (sendo 01 de auditoria de circulação e 01 de controle de mídia).	1,0	1,0

QUESITO 3 – EXPERIÊNCIA DA EMPRESA			
máximo de 20 pontos			
SUBQUESITOS	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO POR CRITÉRIO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Repertório	a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema a ser resolvido.	4,0	10,0
	b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou materiais.	3,0	
	c) A clareza da exposição das informações prestadas.	3,0	
2. Relato de Solução de Problemas de Comunicação	a) A evidência de planejamento publicitário.	4,0	10,0
	b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	2,0	
	c) A relevância dos resultados apresentados.	2,0	
	d) A concatenação lógica da exposição.	2,0	

11.3.1 Os critérios acima descritos serão entendidos conforme conceituação que segue abaixo explicitada:

11.3.1.1 **Consistência:** qualidade de apresentar coerência entre as partes e o todo;

11.3.1.2 **Pertinência:** aquilo que concerne ao assunto desta licitação, como delineado no Briefing;

11.3.1.3 **Adequação:** atendimento o mais perfeito possível, de forma organizada, às necessidades e objetivos do órgão licitante.

11.3.1.4 **Relevância:** o que tem importância ou relevo num contexto determinado;

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

11.3.1.5 **Acuidade:** qualidade de percepção de modo eficaz, sutileza e eficiência;

11.3.1.6 **Síntese:** capacidade de resumir determinado texto ou assunto, conservando a objetividade e clareza do mesmo, bem como a precisão de seu objeto.

11.3.2 Sistemática de atendimento:

11.3.2.1 Demonstração de conhecimento técnico sobre o cliente;

11.3.2.2 Demonstração de conhecimento técnico sobre a dinâmica de um órgão público, prazos (urgentes ou não), cadeia de aprovação/decisões, atendimentos em emergências, conhecimento sobre disponibilização de equipes/meios, coordenação no atendimento;

11.3.2.3 Identificação de situações que reclamem respostas rápidas aos cases/problemas apresentados pelo cliente, com adoção de rotina diferenciada.

11.4 Avaliação da experiência e capacidade em relação aos recursos humanos será feita considerando-se as exigências e a tabela de pontuação.

11.5 Para execução dos serviços, a licitante deverá possuir profissionais qualificados em número suficiente ao desenvolvimento das atividades, tendo em vista suas especificações qualitativas e quantitativas, tendo em vista suas especificações qualitativas e quantitativas.

11.6 A qualificação técnica da equipe de profissionais do licitante (exigida no quesito 2 supra) será avaliada com base na formação acadêmica e experiência desses profissionais exclusivamente na área de comunicação publicitária, sendo que a comprovação deverá ser feita pelo licitante, por meio do curriculum vitae resumido de cada profissional, devidamente acompanhado dos documentos comprobatórios das qualificações (formação acadêmica e experiência profissional) neles consignadas, por meio de certificados, declarações de tomadores de serviço, carteira de trabalho, contratos de prestação de serviço ou qualquer outro documento hábil, os quais devem ser apresentados no original ou por meio de cópia autenticada.

11.7 A qualificação técnica da equipe de profissionais do licitante (exigida no quesito 2 supra) será avaliada e receberá pontos de, no máximo, 5 (cinco), segundo as tabelas abaixo:

Formação Acadêmica	Sem Formação na área	Superior Incompleto	Superior Completo	Pós-graduação
Pontos	0	1	2	3
Experiência Profissional	< 4 anos	4 a 8 anos	8 a 12 anos	> 12 anos
Pontos	0	1	2	3

11.8 O valor final de pontos obtidos será dividido pelo número total de profissionais apresentados. Fica estabelecido que a licitante que apresentar a equipe mais qualificada tecnicamente, com maior soma de pontos, receberá pontuação máxima atribuída ao subquesto 2 do Quesito 2 (6 pontos). As demais licitantes receberão neste subquesto pontuação proporcional à máxima.

11.9 Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal.

11.10 **Pontuação.** A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos individualmente pelos membros da Subcomissão Técnica.

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

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

11.10.2 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica autores das pontuações consideradas destoantes deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, a qual será assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica e será juntada aos autos do processo.

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

11.10.4 **Desclassificação.** Será desclassificada a Proposta Técnica que:

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

11.10.4.2 Não atingir a pontuação mínima de 70 pontos na proposta Técnica.

11.10.4.3 Obter pontuação zero em qualquer um dos quesitos.

11.10.4.4 Apresentar informação que permita, inequivocamente, a identificação da **autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.11 **CrITÉrios de desempate.** Havendo empate entre duas ou mais Propostas Técnicas, serão consideradas como mais bem classificadas os licitantes que tiverem obtido as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos referentes ao Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, previstos neste Edital. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio a ser realizado na segunda sessão pública, em ato público marcado pela Comissão Julgadora da Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 20 deste Edital e para o qual serão convidados todos os licitantes.

12. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

12.1 As Propostas de Preços das licitantes deverão ser:

- a) apresentadas em papel que identifique cada licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e redigidas em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b) datadas e assinadas nos documentos por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;
- c) elaboradas em três documentos distintos, descritos nos Anexos IV – A, IV – B e IV – C.

12.2 A licitante deverá apresentar Proposta de Preços Sujeitos à Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do modelo do Anexo IV – A deste Edital.

12.3 A licitante deverá apresentar Declaração de que a elaboração de sua Proposta foi feita de forma independente, nos termos do modelo constante do Anexo IV – B deste Edital.

12.3.1 A declaração do item 12.3 deverá ser feita sob as penas da lei, sendo responsável a empresa e o responsável legal que a assinou, administrativa, civil e criminalmente, caso seja descoberto que não representa aquilo que expressa.

12.4 A licitante deverá elaborar Declaração, nos termos do modelo constante do Anexo IV – C deste Edital, na qual:

- a) Comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Secretaria Municipal de Comunicação as vantagens obtidas;
- b) Informará que os tributos e a totalidade dos encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários incidentes sobre o contrato, serão de sua inteira responsabilidade, sendo também de sua inteira responsabilidade, os custos com transporte e seguro, quando for o caso;
- c) Informará que também se responsabiliza pelos encargos comerciais decorrentes da execução contratual e que respeitará os prazos contratuais referentes ao repasse de valores lhes confiados pela Secretaria de Comunicação e devidos aos terceiros prestadores de serviços especializados e aos veículos de comunicação;
- d) Informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidos na Cláusula Décima da Minuta de Contrato (Anexo – VIII);
- e) Informará estar ciente e de acordo com o disposto da Cláusula Décima Terceira da Minuta de Contrato constante do Anexo VII deste edital, que trata das sanções administrativas pelo descumprimento das obrigações assumidas.

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

12.5 Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência dos contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

13. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

13.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

13.3 Os quesitos a serem valorados são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços da licitante, cujo modelo constitui o Anexo IV-A, ressalvado que, nos termos do artigo 59, inciso III da Lei 14.133/21 não será aceito:

a) **Desconto inferior a 70% (setenta por cento)** em relação aos preços previstos na tabela referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do ES a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes;

b) **Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato, bem como incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

c) **Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material.

d) **Percentual de remuneração superior a 20% (vinte por cento)** incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela licitante, que não proporcione à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação.

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

13.5 A **Nota da Proposta de Preço (NPP)** será apurada conforme a metodologia especificada nos itens seguintes.

13.6 A Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais calculará os pontos de cada quesito a ser valorado conforme a seguinte tabela:

Quesitos - Descontos / Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea "a" da proposta de preço – anexo IV-A	$P1 = 1,0 \times \text{desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços previstos na alínea "b" da proposta de preço – anexo IV-A	$P2 = 2,0 \times (5,0 - \text{Honorário proposto})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços previstos na alínea "c" da proposta de preço – anexo IV-A	$P3 = 2,0 \times (10,0 - \text{Honorário proposto})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços previstos na alínea "d" da proposta de preço – anexo IV-A	$P4 = 5,0 \times (8 - \text{Honorário proposto})$
Para efeitos de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos "desconto" e "honorários" serão substituídos nas fórmulas da coluna pontos pela respectiva porcentagem constante de sua planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo "%".	

13.6.1 A NPP responderá a soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes na tabela referida no item 13.6, como segue:

$$NPP = P1 + P2 + P3 + P4$$

13.6.2 Se houver divergência entre o valor em algarismo e o valor por extenso, constante na proposta, prevalecerá o valor por extenso.

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

13.6.3 A Proposta de Preços que obtiver a maior pontuação será considerada como a de menor preço.

14. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

14.1 O julgamento final das Propostas Técnica e de Preço desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei Federal n. 14.133/2021 para o tipo técnica e preço.

14.2 A Nota Final (NF) será calculada com duas casas decimais e obtida pela seguinte fórmula:

$$NF = (NPT \times 7) + (NPP \times 3)$$

14.3 Se após a apuração das notas houver empate(s) que impeça(m) a identificação automática da licitante mais bem classificada, será classificada a agência que obtivera maior pontuação, sucessivamente nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

14.3.1 Se, após adotada a regra do item 14.3 persistir (em) o(s) empate(s) o desempate seguirá o previsto no art. 60, da Lei 14.133/2021 e, sucessivamente, se necessário, será feito por sorteio, a ser realizado em ato público marcado pela Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais, cuja data será divulgada na forma do item 20 deste Edital, e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

14.3.2 A Comissão de Licitação poderá negociar condições mais vantajosas com os proponentes que ofertaram as melhores propostas.

14.3.3 Será convocado o licitante subsequente, respeitado o ordenamento prévio, quando o licitante anterior for desclassificado ou inabilitado.

15. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

15.1 Os documentos de habilitação deverão ser entregues à Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preço, na sessão a ser realizada para esse fim.

15.1.1 Os documentos de habilitação deverão estar acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO 5

CONCORRÊNCIA Nº..... /.....- (Mencionar o nº e ano)

PROCESSO ADMINISTRATIVO nº

DOCUMENTO DE HABILITAÇÃO

O Invólucro 5 deverá ser opaco, identificado com denominação social e o cadastro no CNPJ da Licitante.

15.1.2 O Invólucro nº 5 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

15.1.3 Os documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno único, todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados alternativamente: em original, em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais, no ato da abertura dos documentos de Habilitação, ou acompanhada de declaração de autenticidade por advogado, sob sua responsabilidade pessoal. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais.



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

15.2 Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação na forma prevista nos itens seguintes:

15.2.1 DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA:

15.2.1.1 Prova de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ);

15.2.1.2 Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

15.2.1.3 Certificado de regularidade do FGTS, emitido pela Caixa Econômica Federal;

15.2.1.4 Certidões de regularidade com a Fazenda Federal (Certidão Conjunta de Débitos relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União e Certidão relativa a Contribuições Previdenciárias); Fazenda Estadual (inclusive do Estado do ES para licitantes sediados em outro Estado da Federação); e Fazenda Municipal da sede da Empresa e do Município da Serra;

15.2.1.5 Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), instituída pela Lei Federal nº 12.440/2011;

15.2.1.6 Declaração do cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal.

15.2.1.7 Declaração de que o licitante possui instalações, infraestrutura e recursos materiais disponíveis que estarão à disposição da Secretária Municipal de Comunicação na execução do contrato.

15.2.2 DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:

15.2.2.1 Certidão Negativa de Falência, expedida pelos Cartórios Distribuidores competentes da sede da pessoa jurídica, datada dos últimos 90 (noventa) dias, ou que esteja dentro do prazo de validade expresso na própria certidão.

a) Caso a licitante se encontre em processo de recuperação judicial ou extrajudicial, deverão ser cumpridos, por meio da documentação apropriada, os seguintes requisitos, cumulativamente:

- I. Cumprimento de todos os demais requisitos de habilitação constantes neste Edital;
- II. Sentença homologatória do plano de recuperação judicial e/ou Certidão da Instância Judicial Competente Atestando a Capacidade Econômica-Financeira da Empresa em Recuperação;
- III. Certidão de Recuperação Judicial.

15.2.2.2 A habilitação econômico-financeira visa a demonstrar a aptidão econômica do licitante para cumprir as obrigações decorrentes do futuro contrato, devendo ser comprovada de forma objetiva, por coeficientes e índices econômicos previstos no edital, devidamente justificados no processo licitatório, e será restrita à apresentação da seguinte documentação:

I. Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais e ao último exercício, no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos:

- a) Termo de Abertura;
- b) Termo de Encerramento;
- c) Balanço Patrimonial, e
- d) Demonstração de Resultado do Exercício.
- e) A boa situação financeira da licitante será verificada nos seguintes moldes:

II. O Índice de Liquidez Corrente corresponde ao quociente da divisão do Ativo Circulante pelo Passivo Circulante, conforme abaixo:

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

III. O Índice de Liquidez Geral corresponde ao quociente da divisão da soma do Ativo Circulante com Realizável a Longo Prazo pela soma do Passivo Circulante com o Exigível a Longo Prazo, conforme abaixo:

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

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

IV. O índice de Solvência Geral, correspondente ao quociente do Ativo Total pela soma do Passivo Circulante com o Passivo Não Circulante, conforme abaixo:

$$\text{ISG} = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}^*}$$

*Equivalente ao Exigível a Longo Prazo – ELP (art. 180 da Lei nº 6.404/1976, com a redação dada pela Lei nº 11.941/2009).

15.2.2.3 Será habilitada a empresa que apresentar:

- I. Índice de Liquidez Corrente – igual ou maior que 1,0;
- II. Índice de Liquidez Geral – igual ou maior que 1,0;
- III. Índice de Solvência Geral – igual ou maior que 1,0.

15.2.2.4 As empresas que apresentarem resultado menor que 01 (um), em qualquer dos índices estabelecidos no item acima, deverão comprovar Capital Social ou Patrimônio Líquido, no mínimo de 10% (dez) por cento da soma dos valores ESTIMADOS dos lotes arrematados, conforme determina a Lei nº 14.133/2021, devendo a comprovação ser feita relativamente à data da apresentação da proposta, na forma da lei.

15.2.3 DOCUMENTOS DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:

15.2.3.1 Para a comprovação de Qualificação Técnica o licitante deverá entregar:

15.2.3.1.1 Declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta Concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no item 4.1 deste Edital;

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

15.2.3.1.2.1 Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial; e,

15.2.3.1.2.2 O documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais.

16. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

16.1 A Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais analisará os documentos de Habilitação e julgará habilitadas todas as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

16.2 Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Especial de Licitação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para apresentar os respectivos documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficácia e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

16.3 Para a análise da habilitação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Idôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria-Geral da União (CGU); ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), ao Cadastro de Fornecedores Impedidos de Licitar e no Cadastro unificado no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP).

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA****17. DA COMISSÃO TEMPORÁRIA DE CONTRATAÇÃO DE BENS E SERVIÇOS ESPECIAIS E DA SUBCOMISSÃO DE TÉCNICA**

17.1 Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

17.2 As comissões de licitação e subcomissões técnicas para contratação de serviços de publicidade e comunicação serão compostas e escolhidas na forma do art. 10, da Lei Federal nº. 12.232/2010.

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

17.2.1 É vedada a participação simultânea de um mesmo membro na Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais e na Subcomissão Técnica, nos termos do §1º do art. 37 da Lei Federal nº 14.133/2021, a fim de preservar a imparcialidade no julgamento das propostas técnicas.

17.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma seleção que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, e todos serão previamente cadastrados pela Secretaria Municipal de Comunicação.

17.3.1 A relação dos nomes referidos no item 17.3 deste Edital será publicada pela Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais no site <https://www.serra.es.gov.br/>, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

17.3.2 O sorteio será processado pela Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais, de modo ao preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o Poder Executivo do Município da Serra, nos termos dos itens 17.2, 'a', e 17.3.

17.3.3 A relação prevista no item 17.3 deste Edital conterá, separadamente, os nomes dos que mantêm e os dos que não mantêm vínculo com o Poder Executivo do Município da Serra.

17.4 Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem os itens 17.3 e 17.3.1, mediante a apresentação à Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais de justificativa para a exclusão.

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

17.6 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado.

17.7 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no item 17.3.

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

17.9 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto neste Edital e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

18. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

18.1 Serão realizadas sessões públicas, de acordo com os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas as atas circuncidadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas eletronicamente pelos membros e pelos representantes das licitantes presentes.

18.2 A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido previamente neste Edital.

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

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

18.4 A Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, cuidarão para que a interpretação e aplicações das regras estabelecidas neste edital e em seus Anexos busquem o atingimento das finalidades da licitação, evitando-se o apego a formalismos exagerados, irrelevantes ou desarrazoados, que não contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa e a igualdade de oportunidade de participação dos interessados.

18.5 A Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços e a Subcomissão técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da Secretaria Municipal de Comunicação, relevar aspectos puramente formais nas Propostas Técnicas e de Preço e nos documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

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

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

18.8 Antes do aviso oficial do resultado da proposta técnica, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as propostas.

18.9 Qualquer tentativa do licitante influenciar a Comissão Temporária de Contratação de Bens e Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

18.10 A Comissão Temporária de Contratação de Bens Serviços e poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

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

Primeira Sessão

18.12 A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos neste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

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

18.12.1 O Invólucro nº 1, com o **Plano de Comunicação Publicitária - via não identificada**, só será recebido pela Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais se:

- a) não estiver identificado;
- b) não apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;
- c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;
- d) não estiver acondicionado em Invólucro diferente do fornecido pela Secretaria Municipal de Comunicação.

18.12.1.1 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas "a", "b", "c" e "d" do item 18.12.1, a Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais Invólucros da mesma licitante.

18.12.2 A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 1;

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

- c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para rubricar e examinar, os documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão por meio eletrônico.

18.12.2.1 A Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais, antes do procedimento previsto na alínea "b" do item 18.12.2, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

18.12.2.2 Se, ao examinar e/ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº1 e nº3, a Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais e/ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus Invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

18.12.3 A Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

18.12.4 Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais.

18.12.5 Se houver desistência expressa de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade de acordo com o previsto no item 18.12.6 e seguintes. Caso contrário, a Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais divulgará o resultado das decisões na forma do item 20, abrindo-se o prazo de 3 (três) dias úteis para a interposição de recursos.

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

- a) encaminhamento, pela Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- d) encaminhamento, pela Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

18.12.6.1 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base no item 11.12 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em Invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire recursos relativos a essa fase.

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

18.12.7 As planilhas previstas nas alíneas "c" e "f" do item 18.12.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento. Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

Segunda Sessão

18.13 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº1 e nº3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais convocará as licitantes, na forma do item 20 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 2;
- c) cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso.

18.13.1 Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais.

Terceira Sessão

18.14 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais convocará as licitantes classificadas na Proposta Técnica, na forma do item 20 deste Edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preço cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame dos documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) Informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das propostas será publicado na forma do item 20 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso.

Quarta Sessão

18.15 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais convocará as licitantes classificadas no julgamento final, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber e abrir os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
- e) informar:
 - e.1) que o resultado da habilitação será publicado na forma do item 20 deste Edital, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso;
 - e.2) que será publicado na forma do item 20 deste Edital o nome de uma (uma) licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

19. ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

19.1 Não tendo sido interposto recurso após a fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

sido julgados os recursos interpostos, o Secretário de Gestão e Planejamento, juntamente com o Secretário de Comunicação, adjudicará o seu objeto à 01 (uma) licitante vencedora e homologará o resultado desta concorrência.

20. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

20.1 A juízo da Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Estado do Espírito Santo é obrigatória:

20.1.1 Nas sessões de abertura dos invólucros;

20.1.2 Por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes;

20.1.3 No Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), no caso da prática de atos exigidos pela Lei n. 14.133/2021.

21. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

21.1 Qualquer licitante poderá manifestar de forma imediata e motivada a intenção de recorrer, sob pena de preclusão, em relação às fases de julgamento e habilitação, possuindo o prazo de 3 (três) dias úteis para apresentação das razões recursais após a formalização do término da etapa que antecede a adjudicação.

21.2 Os recursos serão interpostos em petição escrita, a ser protocolizada, preferencialmente, (pelo Prefeitura Sem Papel), com uso de certificação digital ICP-Brasil, dirigida à autoridade que tiver editado o ato ou proferido a decisão recorrida, que, se não reconsiderar o ato ou a decisão no prazo de 3 (três) dias úteis, encaminhará o recurso com a sua motivação à autoridade superior, a qual deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

21.3 Os demais licitantes ficarão desde logo intimados para apresentar contrarrazões ao recurso no prazo de 3 (três) dias úteis contados do término do prazo de apresentação das razões do recorrente, exclusivamente por meio eletrônico e assinadas com uso de certificação digital ICP-Brasil.

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

21.5 A não apresentação das razões recursais no prazo fixado implicará a decadência do direito de recorrer.

21.6 As razões e as contrarrazões de recurso que não forem apresentadas conforme o disposto nos itens anteriores, ou subscritas por representante não habilitado ou não credenciado para responder pelo licitante, não serão conhecidas pelo(a) Agente de Contratação.

21.7 Os autos do processo de licitação poderão ser acessados pelos interessados no sistema Prefeitura Sem Papel no site <https://prefeiturasempapel.serra.es.gov.br/>.

21.8 O acolhimento do recurso implicará invalidação apenas de ato insuscetível de aproveitamento.

22. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

22.1 As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos abaixo discriminada:

Gestão/Unidade: Secretaria Municipal de Comunicação;

Classificação funcional: 04.131.0034.2.193

Natureza de Despesa: 3.3.90.39.90

Vínculo: 1.500.000.0000

UG: 20.

22.2 Os pagamentos referentes aos serviços executados e certificados serão efetuados pela Secretaria de Municipal de Comunicação, em conformidade com o disposto na Minuta do Contrato (Anexo VII).

22.3 As faturas correspondentes aos serviços a serem executados deverão ser emitidas pelo contratado em nome da

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

Secretaria de Municipal de Comunicação.

22.4 A Secretaria de Municipal de Comunicação se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

23. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS E CONTRATUAIS

23.1 As licitantes vencedoras terão o prazo de até 20 (vinte) dias, contados a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo VII deste Edital, e o prazo de até 30 (trinta) dias, contado a partir da data de assinatura do contrato, para apresentar a garantia prevista no item 24 deste Edital, sob pena de configuração de inadimplemento sujeito à aplicação de penalidades.

23.2 O prazo para a assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo da Secretaria de Comunicação, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas pelas respectivas vencedoras.

23.3 Se as licitantes vencedoras não comparecerem, nos prazos estipulados para assinar os respectivos contratos e/ou não apresentarem o comprovante da prestação da garantia contratual, a Secretaria de Comunicação poderá convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a celebração do contrato nas condições propostas pelo licitante vencedor.

23.4 O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogado sucessivamente, mediante acordo entre as partes, respeitada a vigência máxima de dez anos, desde que seja referendada a vantajosidade à Administração pela autoridade competente.

23.5 A Secretaria de Comunicação poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vierem a ser assinados, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista às contratadas qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei Federal n. 14.133/2021.

23.6 A rescisão dos contratos acarretará independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da Secretaria de Comunicação, a retenção dos créditos decorrentes dos contratos, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste Edital e em lei, até a completa indenização dos danos, conforme o caso.

23.7 À contratada poderá ser aplicadas as sanções e penalidades previstas na Lei Federal n. 14.133/2021 e no contrato a ser firmado com a mesma.

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

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

23.10 A contratada, independentemente de solicitação, deverá prestar esclarecimentos à Secretaria de Comunicação sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que as envolvam.

23.11 As contratadas só poderão divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta concorrência, que envolva o nome da Secretaria de Comunicação, se houver expressa autorização, observadas, ademais, as regras contratuais e legais e de proteção de dados (Lei Federal nº 14.133/2021 e Lei Federal nº. 13.709/2018).

23.12 É vedado às contratadas caucionar ou utilizar os contratos resultantes da presente concorrência para qualquer operação financeira.

23.13 As contratadas se obrigam a manter, durante toda a execução dos contratos, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência e em vigência o Cadastro Unificado de Fornecedores da Prefeitura Municipal da Serra, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o art. 4º, caput e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

23.14 A Secretaria de Comunicação avaliará, bimestralmente, os serviços prestados pelas contratadas, nos termos do item 7.10 da Cláusula Sétima da Minuta de Contrato (Anexo VII).

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

23.15 A CONTRATADA centralizará o comando da publicidade, objeto desta licitação, na Grande Vitória /Espírito Santo. A seu juízo, a contratada poderá utilizar-se de suas matrizes ou de seus representantes em outros Estados ou Municípios para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

23.16 Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, bem como os elementos apresentados pelas respectivas licitantes vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência.

24 GARANTIA DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

24.1 A licitante, no prazo de 20 (vinte) dias, contados a partir da data de assinatura deste contrato, prestará garantia de cumprimento das obrigações contratuais, no valor correspondente a 1,5% (um virgula cinco por cento) do valor estimado para a execução dos serviços, conforme previsto no art. 96 da Lei Federal 14.133/2021.

24.2 Esse prazo poderá ser prorrogado por igual período, a juízo da Secretaria de Comunicação, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas pela licitante.

24.3 A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa, nos termos do inciso III do subitem 13.5.3 da Cláusula Décima Terceira da Minuta do Contrato – Anexo VII.

24.4 O atraso superior a 30 (trinta) dias corridos, após os prazos previstos nos subitens 24.1 e 24.2, autoriza a Secretaria de Comunicação a promover a rescisão deste contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõem o art. 115, §6º da Lei nº 14.133/2021, sem prejuízo de outras sanções previstas na Lei e neste contrato.

24.5 Caberá à licitante escolher uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei nº 14.133/2021:

- a) Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados por seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Economia;
- b) Seguro-garantia;
- c) Fiança bancária emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil.

24.6 Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal, conforme determina o art. 82 do Decreto nº 93.872/1986, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do art. 100 da Lei 14.133/2021.

24.7 Se a opção for pelo seguro-garantia:

- a) A apólice indicará a Secretaria de Comunicação como beneficiária e deve ser emitida por instituição autorizada pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) a operar no mercado securitário, que não se encontre sob regime de direção fiscal, intervenção, liquidação extrajudicial ou fiscalização especial e que não esteja cumprindo penalidade de suspensão imposta pela autarquia;
- b) Seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da licitante – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes;
- c) A apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à licitante.

24.8 Se a opção for pela fiança bancária, o instrumento de fiança deve:

- a) Ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção da autarquia;
- b) Ter prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da licitante – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes;
- c) Ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à Secretaria de Comunicação, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
- d) Ter renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

Brasileiro.

24.9 Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

- a) Ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;
- b) Ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

24.10 A garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, assegurará o pagamento de:

- I- Prejuízos advindos do não cumprimento do objeto deste contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;
- II- Prejuízos causados à Secretaria de Comunicação ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução deste contrato;
- III- Multas moratórias e punitivas aplicadas pela Secretaria de Comunicação à licitante; e
- IV- Obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela licitante.

24.10.1 A modalidade segura garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem 24.7.

24.11 Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da Secretaria de Comunicação.

24.12 Sem prejuízo das sanções previstas em lei e neste contrato, a não prestação da garantia exigida implicará sua imediata rescisão.

24.13 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a licitante deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da Secretaria de Comunicação.

24.14 Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a licitante se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da Secretaria de Comunicação.

24.15 Na hipótese de prorrogação deste contrato, a Secretaria de Comunicação exigirá nova garantia, escolhida pela licitante entre as modalidades previstas na Lei nº 14.133/2021.

24.16 O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à Secretaria de Comunicação no prazo máximo de 15 (quinze) dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

24.17 A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da licitante, no prazo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seu gestor ou fiscal, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

24.17.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir.

24.18 A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a Secretaria de Comunicação, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 24.2 deste contrato.

24.18.1 Aceita pela Secretaria de Comunicação, substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

25 REMUNERAÇÃO

25.1 Pelos serviços prestados, a LICITANTE será remunerada conforme disposto nesta Cláusula.

25.1.1 Honorários de% (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

produção e à execução técnica de peças e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, de que trata o item 9.1.

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

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

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

25.1.4 Honorários de% (.....por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação
25.1.5 ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

25.1.5.1 Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescidos o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da licitante.

25.1.6% (.....por cento) dos valores previstos na tabela referência de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Espírito Santo, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante.

25.2 Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela licitante.

25.3 A licitante se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Espírito Santo e com os preços correspondentes a serem cobrados da referida tabela.

25.4 A licitante 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 lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

25.5 Despesas com deslocamento de profissionais da licitante, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade.

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

25.7 As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas no interesse da Secretaria de Comunicação, desde que haja consentimento expresso por parte da licitante, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato, o que deverá ser justificado.

26 DESCONTO DE AGÊNCIA

26.1 Além da remuneração prevista na Cláusula vinte e cinco, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência, calculado sobre os preços de tabela ou sobre os preços acertados para a veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois, a ser concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65 e com o art. 11 do Regulamento da Lei nº 4.680/65, aprovado pelo Decreto nº 57.690/66 e alterado pelo decreto nº 4.563/2002.

27 LIQUIDAÇÃO, PAGAMENTO E REAJUSTES

27.1 Para a liquidação e pagamento de despesas referentes a bens e serviços especializados, previamente

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

autorizados pela Secretaria de Comunicação, a licitante deverá apresentar:

I- a correspondente nota fiscal que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da Secretaria de Comunicação, CNPJ nº 27.174.093/0030-61, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;

<nos casos em que obrigatória, deverá ser apresentada a Nota Fiscal Eletrônica (NF-e) ou Nota Fiscal de Serviços Eletrônica (NFS-e), conforme regime tributário aplicável à transação e fato gerador, e ao domicílio tributário da licitante, ou outro critério legalmente aceitável>

II- a cópia do documento fiscal do fornecedor de bens e de serviços especializados ou do veículo de divulgação;

<nos casos em que obrigatória, deverá ser apresentada a Nota Fiscal Eletrônica (NF-e) ou Nota Fiscal de Serviços Eletrônica (NFS-e), conforme regime tributário aplicável à transação e fato gerador, e ao domicílio tributário da licitante, ou outro critério legalmente aceitável>

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

IV- A Nota Fiscal deverá vir acompanhada da prova de regularidade perante:

- Certidão Conjunta Negativa de Débitos, relativos a tributos federais e à Dívida Ativa da União, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social;
- Prova de regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS);
- Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa;
- Prova de regularidade perante a Fazenda Estadual, onde for sediada a empresa e do estado do Espírito Santo quando a sede não for no estado;
- Prova de regularidade perante a Fazenda Municipal da sede do Licitante e do Município da Serra.

27.2 Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela licitante à Secretaria de Comunicação.

27.2.1 O gestor ou fiscal deste contrato somente atestará os documentos para pagamento quando cumpridas pela licitante todas as condições pactuadas.

27.2.2 As notas fiscais emitidas pela licitante devem ter em seu verso a seguinte declaração, assinada por funcionário da agência responsável pela documentação:

"Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos de divulgação, foram entregues/realizados conforme autorizados pela Secretaria de Comunicação, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução."

27.3 A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da licitante:

I- Execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 27.1;

II- Intermediação e supervisão, pela licitante, de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 27.1;

III- Bens e serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 27.1;

IV- Veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 27.1, da demonstração do valor devido ao veículo de divulgação, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 27.1.

27.3.1 Na ocorrência de falha local em uma programação em rede nacional de mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso III do subitem anterior, a licitante deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

27.3.2 É da responsabilidade da licitante observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à Secretaria de Comunicação.

27.3.2.1 Para pagamento das despesas com veiculação, constarão dos procedimentos de execução do contrato os documentos fiscais apresentados pela licitante, a demonstração do valor devido ao veículo, a sua tabela de preços, a

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

indicação dos descontos negociados, os pedidos de inserção e, sempre que possível, relatório de checagem a cargo de empresa independente, nos termos do art. 15 da Lei nº 12.232, de 2010.

27.4 O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 27.1 e 27.2.

27.5 No tocante à veiculação, além do previsto no inciso III do subitem 27.1, a licitante fica obrigada a apresentar, sem ônus para a Secretaria de Comunicação, os seguintes comprovantes:

I- Revista: exemplar original;

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

III- Demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos do subitem 11.2.2.1 da Minuta do Contrato – Anexo VII), perante a Secretaria de Comunicação, a impossibilidade de fazê-lo.

27.5.1 Nos casos em que restar demonstrada, nos termos do subitem 11.2.2.1 da Minuta do Contrato – Anexo VII), a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a licitante deverá apresentar:

a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

a1) como alternativa ao procedimento previsto na alínea 'a', a licitante poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea 'a' deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas na alínea 'a' deste subitem;

a2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas 'a' e 'a1' deste subitem, a licitante poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

b) Mídia Exterior:

b1) Mídia *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b2) Mídia *Digital Out Off Home*: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem licitante, de que devem constar fotos por amostragem de no mínimo 20% (vinte por cento) dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3) Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3.1) Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 01 (um) minuto, de pelo menos 30% (trinta por cento) do total de veículos de divulgação contratados. O vídeo deve conter imagens dos veículos de som, onde seja possível identificar nome da campanha, áudio da peça veiculada e local popular que comprove a cidade onde foi realizada a veiculação;

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido, sob as

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça, dependendo do que constar na relação/estudo citados nos termos do subitem 11.2.2.1 da Minuta do Contrato – Anexo VII).

27.5.2 As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 27.5.1 serão estabelecidas formalmente pela Secretaria de Comunicação, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

27.6 Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da licitante, mediante consulta on-line, no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado e no site do Tribunal Superior do Trabalho.

27.6.1 Se a licitante não estiver cadastrada no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado ou se sua situação no sistema apresentar documentação obrigatória vencida, deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

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

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

27.8 No caso de eventual falta de pagamento pela Secretaria de Comunicação nos prazos previstos, o valor devido será acrescido de encargos moratórios, mediante solicitação expressa da licitante, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IPCA – Índice de Preços ao Consumidor Amplo, mediante aplicação da seguinte fórmula:

$AF = [(1 + IPCA/100)^{N/30} - 1] \times VP$, na qual:

- IPCA: Percentual atribuído ao Índice de Preços ao Consumidor Amplo, com vigência a partir da data do adimplemento da etapa;
- AF: Atualização financeira;
- VP: Valor da etapa a ser paga, igual ao principal mais o reajuste;
- N: Número de dias entre a data do adimplemento da etapa e a do efetivo pagamento.

27.8.1 Considera-se etapa, para fins do subitem 27.8 os serviços prestados pela licitante relativo aos bens e serviços especializados prestados por fornecedores e as contratações de espaços ou tempos publicitários, junto a veículos de divulgação.

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

27.9 A Secretaria de Comunicação não pagará nenhum compromisso, assumido pela licitante, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

27.10 Cabe à licitante efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação em até 10 (dez) dias após o recebimento da ordem bancária da Secretaria de Comunicação, pela agência bancária pagadora.

27.10.1 A licitante informará à Secretaria de Comunicação os pagamentos efetuados a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação a cada ordem bancária de pagamento emitida pela Secretaria de Comunicação e encaminhará relatório até o décimo dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

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

27.10.2 O não cumprimento do disposto nos subitens 27.10 e 27.10.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da licitante, até que seja resolvida a pendência.

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

27.10.2.1 Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da notificação da Secretaria de Comunicação, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da licitante.

27.10.2.2 Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 27.10.2, a Secretaria de Comunicação, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de divulgação, conforme o caso.

27.10.2.3 Para preservar o direito dos fornecedores e veículos de divulgação em receber com regularidade pelos bens e serviços especializados prestados e pela venda de espaço ou tempo, a Secretaria de Comunicação poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela licitante, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos de divulgação, em operações bancárias concomitantes.

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

27.11 A Secretaria de Comunicação, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

27.12 Não é possível incluir índices de reajustamento no contrato, tendo em vista que o pagamento pelos serviços prestados pelas agências é realizado com base em tabelas preestabelecidas pelo SINAPRO/ES e vigentes na data da execução do serviço.

28 FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

28.1 A Secretaria de Comunicação 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 solicitado ou especificado.

28.1.1 Será nomeado gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terá poderes, entre outros, para notificar a licitante, objetivando sua imediata correção.

28.2 A fiscalização pela Secretaria de Comunicação em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da licitante pela perfeita execução dos serviços objeto deste contrato.

28.3 A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da Secretaria de Comunicação.

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

28.5 A autorização, pela Secretaria de Comunicação, dos planos de mídia e dos serviços executados pela licitante ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

28.6 A ausência de comunicação por parte da Secretaria de Comunicação, referente a irregularidade ou falhas, não exime a licitante das responsabilidades determinadas neste contrato.

28.7 A licitante permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

28.8 A licitante se obriga a permitir que a auditoria interna da Secretaria de Comunicação ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à Secretaria de Comunicação.

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

28.9 À Secretaria de Comunicação é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela licitante.

28.10 A Secretaria de Comunicação avaliará, bimestralmente, os serviços prestados pelas contratadas, nos termos do item 7.10 da Cláusula Sétima da Minuta de Contrato (Anexo VII).

28.11 A avaliação será considerada pela Secretaria de Comunicação para: apurar a necessidade de solicitar da(s) licitante(s) correções que visem maior qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e fornecer, quando solicitado pela licitante, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

28.11.1 Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao gestor ou fiscal deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

29 SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

29.1 Conforme estabelecido na Cláusula 27 do Termo de Referência.

30 DISPOSIÇÕES GERAIS

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

30.2 A Secretaria Municipal de Gestão e Planejamento providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no diário da Imprensa Oficial do Espírito Santo, a suas expensas, na forma prevista no parágrafo único do art. 89, §1º da Lei nº 14.133/2021.

30.3 Constituem direitos e prerrogativas da Secretaria Municipal de Comunicação, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 14.133/2021, que a licitante aceita e a eles se submete.

30.4 A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

30.5 As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de bens e de serviços especializados e dos veículos de divulgação, serão publicadas no sítio da Secretaria de Comunicação na internet.

30.5.1 As informações sobre valores pagos pelos bens e serviços especializados contratados serão divulgadas pelos totais destinados para cada tipo de fornecedor e para cada meio de comunicação.

Serra, 29 de setembro de 2025.

Andria Carla Nascimento Pesente

Matrícula 96.232

Comissão Temporária de Contratação de Bens e
Serviços Especiais

Janine Pereira Jacinto

Matrícula 38.874

Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços
Especiais

Jeovanio Lacerda Gusmão

Matrícula 97.747

Comissão Temporária de Contratação de Bens e
Serviços Especiais

Larissa Luciana Kapiche

Matrícula 79194

Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços
Especiais

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA****CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025****ANEXO I
TERMO DE REFERÊNCIA****1. FUNDAMENTAÇÃO LEGAL**

1.1. Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências.

1.2. Lei n. 14.133, de 1º de abril de 2021, que regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências;

1.3. Lei 4.680, de 18 de junho de 1965, que dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda e dá outras providências.

1.4. DECRETO Nº 5.618 DE 29 DE DEZEMBRO DE 2023, que regulamenta os procedimentos auxiliares das licitações e contratações, conforme disposto no § 1º do artigo 78 da Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, Nova Lei de Licitações e Contratos Administrativos – NLLC, no âmbito do Poder Executivo Municipal.

2. DEFINIÇÃO DO OBJETO

2.1. Contratação de agência especializada na prestação de serviços de publicidade e propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de ações publicitárias com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover os serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

3. DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO – JUSTIFICATIVA

3.1. A Secretaria Municipal de Comunicação é responsável por coordenar e executar atividades relacionadas à comunicação no âmbito da Prefeitura Municipal da Serra. Suas principais atribuições incluem:

- a) Assessoria de Imprensa: coordenação de toda a comunicação institucional e intermediação das relações entre os veículos de comunicação e as secretarias municipais;
- b) Comunicação Interna: coordenação dos processos de produção de comunicação interna;
- c) Comunicação Externa: planejamento, gerenciamento e execução dos projetos e ações de comunicação junto aos diversos públicos do município da Serra;
- d) Gestão das Redes Sociais: gerenciamento das contas oficiais do Governo e dos processos de produção da informação jornalística para as mídias sociais;
- e) Produção de Materiais de Comunicação: planejamento, execução e controle das ações de marketing e campanhas publicitárias da administração municipal;
- f) Gerenciamento e execução da política de comunicação do governo municipal.

3.2. A presente contratação de serviços de publicidade trata de serviços a serem prestados por intermédio de agência de propaganda, em conformidade com o descrito no art. 2º da Lei nº 12.232/2010:

"Conjunto de atividades realizadas integradamente, tendo por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral."

3.3. Além disso, nos valem do §1º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, que versa sobre contratações de serviços de publicidade que podem ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes a:

I - Planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento sobre o mercado, público-alvo, meios de divulgação e resultados de campanhas, respeitando as disposições do art. 3º da Lei nº 12.232/2010.

II - Produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados.

III - Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, alinhadas com novas tecnologias para ampliar os efeitos das mensagens e ações publicitárias.

3.4. As pesquisas e análises mencionadas no item I têm como objetivo específico avaliar o progresso estratégico, elaboração, difusão e permitir a medição dos resultados das campanhas publicitárias, sendo expressamente proibida a inclusão de conteúdo irrelevante ou não vinculado à temática da ação publicitária ou ao propósito do contrato.

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

3.5. Os serviços vinculados às inovações tecnológicas, conforme delineado no item III, englobam formatos de promoção publicitária não convencionais, concebidos em plataformas tanto on-line quanto off-line, visando maximizar os impactos das mensagens e só podem ser realizados mediante a contratação quando diretamente relacionados à natureza do objeto do contrato.

3.6. Para desempenhar esse papel de forma adequada e eficaz, observada a legislação em vigor, em especial a Lei n. 12.232/2010, a Prefeitura Municipal necessita aliar as competências de suas equipes internas à expertise de agência de propaganda contratada por meio de processo licitatório, a qual dispõe dos conhecimentos técnicos, profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores soluções publicitárias às necessidades de comunicação apresentadas, com vistas a contribuir para o alcance dos objetivos do Município e a rentabilidade dos investimentos e recursos públicos envolvidos no desenvolvimento das ações publicitárias.

3.7. A presente licitação visa a aprimorar os dispositivos contratuais constantes da contratação anterior, de forma a promover mais adequabilidade e segurança operacional à execução dos serviços, mitigando eventuais inconsistências com os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria.

4. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

4.1. De modo que se estima uma necessidade de abrangência total que justifica o quantitativo abaixo:

Descrição geral CATSER. 892	Descrição	Valor Estimado (R\$)
Contratação de agência especializada na prestação de serviços de publicidade e propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de ações publicitárias com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover os serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral	1. Investimento em mídia (veiculação)	7.300.000,00
	2. Investimentos em produção:	2.700.000,00
	2.1 Folheteria e lonas	
	2.2 Plotagem	
	2.3 Monitoramento digital	
	2.4 Sublimação	
	2.5 Campanhas de TV (planejamento, produção e entrega digital)	
	2.6 Criação de peças publicitárias digitais para portais e impressos	
	2.7 Diária audiovisual (fotos e vídeos)	

4.2 O valor estimado de R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais) para o contrato de serviços de publicidade e propaganda considera a abrangência e a complexidade das demandas de comunicação do Município da Serra. Trata-se de um município de grande porte, com população expressiva e território extenso, o que exige uma atuação constante, estratégica e em vários canais de comunicação para garantir que as campanhas institucionais e de utilidade pública alcancem toda a população de forma eficaz.

4.3 Anualmente, são realizadas diversas campanhas de grande relevância, que visam informar, orientar e conscientizar os cidadãos sobre temas essenciais, como saúde, educação, segurança, mobilidade, entre outros. A execução adequada dessas campanhas exige planejamento técnico, produção de peças publicitárias, veiculação em diferentes mídias e monitoramento de resultados, o que demanda recursos compatíveis com a complexidade e a quantidade das ações desenvolvidas.

4.4 Destaca-se ainda que o valor proposto está em consonância com a pesquisa de mercado realizada junto a contratos firmados por outros municípios de porte semelhante, o que demonstra a coerência e razoabilidade da estimativa apresentada. O montante previsto visa assegurar que o município possa manter uma comunicação pública eficiente, transparente e contínua com seus cidadãos, conforme previsto na legislação vigente e nos princípios da administração pública.

4.5 Previsão no Plano de Contratações anual

4.5.1 A necessidade da presente contratação encontra-se respaldada no Plano Anual de Contratações (PAC) da Secretaria Municipal de Comunicação/PREFEITURA MUNICIPAL DA SERRA, item **PCW00565.2025-11**, com vistas a atender o art. 18, § 1º, II da Lei n. 14.133/21 e o Decreto Municipal nº 5.619, de 29 de dezembro de 2023, art. 33, § 1º, inciso II.

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA****4.6 Recursos orçamentários**

4.6.1 Os recursos necessários ao pagamento das despesas inerentes a este instrumento correrão à conta da dotação abaixo discriminado:

- **Classificação funcional:** 04.131.0034.2.193
- **Natureza de Despesa:** 3.3.90.39.90
- **Vínculo:** 1.500.000.0000
- **UG:**20

5. DA CONTRATAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E SEU FUNDAMENTO

5.1. A contratação de serviços publicitários pela Administração Pública deverá ser precedida de correspondente processo licitatório, sob pena de incorrerem as autoridades responsáveis, em infrações legais, inclusive decorrentes da prática de atos de improbidade administrativa, além de outros.

5.2. A lei 12.232/2010, em seu artigo 1º, estabelece a obrigatoriedade da realização de procedimentos licitatórios nas contratações pela administração pública de serviços de publicidade, que deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, aí abrangidos os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, bem como as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pela união, Estados e Municípios.

5.3. Os serviços objeto da presente Concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei 4.680/65 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei n. 12.232/2010.

6. CONTRATAÇÃO DE MICROEMPRESAS, EMPRESAS DE PEQUENO PORTE E CONSÓRCIO

6.1 No caso de participação de Microempresas (ME) ou Empresas de Pequeno Porte (EPP), com fundamento nos art. 42 a 49 da Lei Complementar 123/2006, as licitantes deverão comprovar, quando da apresentação dos documentos de habilitação, sua condição como tal. As disposições a que se refere este item, nos termos do artigo 4º da lei 14.133/2021, não são aplicadas:

- a) no caso de licitação para contratação dos serviços publicitários, cujo valor estimado a título de remuneração da licitante, for superior à receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte;
- b) A obtenção de benefícios a que se refere o caput do artigo 4º da lei 14.133/21 fica limitada às microempresas e às empresas de pequeno porte que, no ano calendário da realização da licitação, ainda não tenham celebrado contratos com a Administração pública cujos valores somados extrapolem a receita máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.

6.2 Considerando a natureza e as especificidades dos serviços a serem prestados, fica vedada a participação de empresas reunidas em consórcio no processo licitatório. Essa medida justifica-se pela necessidade de assegurar a execução integrada e contínua das campanhas publicitárias, exigindo, por conseguinte, elevado grau de coordenação e responsabilidade por parte da contratada.

6.3 A formação de consórcios, composta por mais de uma agência, poderia acarretar dificuldades de gestão, além de comprometer a fluidez da comunicação e a uniformidade das estratégias de marketing, prejudicando, assim, a qualidade dos serviços a serem entregues. Ademais, a complexidade e os requisitos técnicos inerentes à execução do contrato demandam que a contratada seja uma única entidade jurídica, apta a garantir a realização plena das atividades de forma eficiente e em conformidade com os prazos e metas previamente estabelecidos.

6.4 A participação de um consórcio neste tipo de contratação pode gerar as seguintes desvantagens para a Administração Pública, sem que haja benefício proporcional que a justifique:

6.4.1 Comprometimento da Coesão e Identidade Criativa: A atuação de um consórcio tem o potencial de fragmentar a identidade criativa e estratégica, dificultar a coesão no processo e gerar descontinuidades no planejamento e na execução das campanhas publicitárias. A harmonização de diferentes visões e processos de agências distintas pode comprometer a unidade da mensagem.

6.4.2 Dificuldade na Responsabilização e Fiscalização: A diluição da responsabilidade entre as consorciadas pode complexificar a fiscalização, a aplicação de sanções e a resolução ágil de questões contratuais. Em um setor dinâmico



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

como a publicidade, onde prazos e respostas rápidas são cruciais, a simplificação da estrutura contratual com uma única agência otimiza o fluxo de trabalho e garante maior celeridade.

6.4.3 Aumento da Complexidade da Gestão Contratual: A gestão de um contrato com um consórcio exige mais tempo e recursos da Administração para lidar com múltiplos interlocutores, questões de representação e divisão de responsabilidades.

6.5 A vedação à participação de consórcios, neste caso, não se configura como restrição indevida à competição, mas sim como medida para garantir a vantajosidade e a ampla participação no certame, conforme análise do objeto:

6.5.1 Natureza e Complexidade do Objeto: O serviço de publicidade e propaganda objeto desta licitação não demanda alta complexidade técnica, nem se reveste de grande vulto econômico que justifique a admissão de consórcios. Não há características no Termo de Referência que imponham a necessidade de união de empresas.

6.5.2 Fomento à Competição e Evitação de Conluíus: Embora a regra geral seja a permissão de consórcios, a Lei nº 14.133/2021 permite a justificativa para a não participação. A não admissão de consórcios pode, paradoxalmente, aumentar a competitividade ao incentivar a participação individual de agências menores e médias que, de outra forma, poderiam ser desestimuladas pela formação de "superconsórcios". A formação de consórcios pode, em algumas situações, levar à eliminação da competição entre empresas que poderiam disputar individualmente, violando o princípio da competitividade e afetando a proposta mais vantajosa para a Administração.

7. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

7.1. A Contratação de Agência de Publicidade e Propaganda faz-se necessária visando à prestação de serviços que compreenda o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição por meio de agência de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover os serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

7.2. Como atividades complementares, integram o objeto desta contratação, os serviços especializados pertinentes:

- a) o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, relacionados à execução do contrato;
- b) a produção e a execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;
- c) a produção de conteúdo, a criação e execução técnica de ações e peças de comunicação para canais digitais;
- d) a compra de espaço publicitário em meio digital de comunicação;
- e) a produção de materiais gráficos; e
- f) a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão das mensagens e das ações publicitárias.

7.3. O estudo e o planejamento, previstos nos itens anteriores, objetivam subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

7.4. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos no item 7.2 - alínea 'a' terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
- c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

7.5. Os serviços previstos acima não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

7.6. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículo de divulgação.

7.7. Considerando a natureza e as especificidades dos serviços a serem prestados, fica vedada a participação de empresas reunidas em consórcio no processo licitatório. Essa medida justifica-se pela necessidade de assegurar a execução



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

integrada e contínua das campanhas publicitárias, exigindo, por conseguinte, elevado grau de coordenação e responsabilidade por parte da contratada.

7.8. A formação de consórcios, composta por mais de uma agência, poderia acarretar dificuldades de gestão, além de comprometer a fluidez da comunicação e a uniformidade das estratégias de marketing, prejudicando, assim, a qualidade dos serviços a serem entregues. Ademais, a complexidade e os requisitos técnicos inerentes à execução do contrato demandam que a contratada seja uma única entidade jurídica, apta a garantir a realização plena das atividades de forma eficiente e em conformidade com os prazos e metas previamente estabelecidos.

7.9. A participação de um consórcio neste tipo de contratação pode gerar as seguintes desvantagens para a Administração Pública, sem que haja benefício proporcional que a justifique:

- a) Comprometimento da Coesão e Identidade Criativa: A atuação de um consórcio tem o potencial de fragmentar a identidade criativa e estratégica, dificultar a coesão no processo e gerar descontinuidades no planejamento e na execução das campanhas publicitárias. A harmonização de diferentes visões e processos de agências distintas pode comprometer a unidade da mensagem;
- b) Dificuldade na Responsabilização e Fiscalização: A diluição da responsabilidade entre as consorciadas pode complexificar a fiscalização, a aplicação de sanções e a resolução ágil de questões contratuais. Em um setor dinâmico como a publicidade, onde prazos e respostas rápidas são cruciais, a simplificação da estrutura contratual com uma única agência otimiza o fluxo de trabalho e garante maior celeridade;
- c) Aumento da Complexidade da Gestão Contratual: A gestão de um contrato com um consórcio exige mais tempo e recursos da Administração para lidar com múltiplos interlocutores, questões de representação e divisão de responsabilidades.

7.10. A vedação à participação de consórcios, neste caso, não se configura como restrição indevida à competição, mas sim como medida para garantir a vantagem e a ampla participação no certame, conforme análise do objeto:

- a) Natureza e Complexidade do Objeto: O serviço de publicidade e propaganda objeto desta licitação não demanda alta complexidade técnica, nem se reveste de grande vulto econômico que justifique a admissão de consórcios. Não há características no Termo de Referência que imponham a necessidade de união de empresas.
- b) Fomento à Competição e Evitação de Conluíus: Embora a regra geral seja a permissão de consórcios, a Lei nº 14.133/2021 permite a justificativa para a não participação. A não admissão de consórcios pode, paradoxalmente, aumentar a competitividade ao incentivar a participação individual de agências menores e médias que, de outra forma, poderiam ser desestimuladas pela formação de "superconsórcios". A formação de consórcios pode, em algumas situações, levar à eliminação da competição entre empresas que poderiam disputar individualmente, violando o princípio da competitividade e afetando a proposta mais vantajosa para a Administração.

8. PRÁTICA DE SUSTENTABILIDADE:

8.1 A presente contratação deverá contemplar conteúdo específico vinculado às práticas de sustentabilidade pelas agências de propaganda, no âmbito da cláusula de Obrigações da Contratada, da seguinte forma: "adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição."

9. SUBCONTRATAÇÃO:

9.1. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 2.1.

9.2. Será permitida a subcontratação por intermédio das agências de propaganda contratadas para obter os serviços de produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, prestados por fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão das agências, bem como realizar a distribuição dessas peças junto aos veículos de comunicação e divulgação, nos termos da Lei nº 4.680/1965 e da Lei nº 12.232/2010.

10. DA GARANTIA

10.1 Garantia de Execução Contratual:

10.1.1 Será exigida a garantia de contratação de que tratam os art. 96 da Lei nº 14.133 de 2021, no percentual de 1,5% (um virgula cinco por cento) do valor anual, conforme regras previstas no contrato.



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

10.1.2 A garantia nas modalidades caução e fiança bancária deverá ser prestada no prazo de 20 (vinte) dias contados a partir da data de assinatura do contrato.

10.1.3 No caso de seguro-garantia sua apresentação deverá ocorrer no prazo máximo de 01 (um) mês, contado da data de homologação da licitação, conforme art. 96, §3º, da Lei nº 14.133/2021.

10.1.4 O edital e a minuta do contrato oferecem maior detalhamento das regras que serão aplicadas em relação à garantia da contratação.

10.1.5 Caberá à CONTRATADA escolher uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei nº 14.133/2021.

11. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

11.1. Nos termos do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, o objeto de um contrato de serviços de publicidade envolve: *“O conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral”.*

11.2. O §1º do mesmo artigo estabelece que nessas contratações possam ser incluídos os seguintes serviços especializados, como atividades complementares:

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

II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

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

11.3 De acordo com o §2º do mesmo artigo, os contratos de serviços de publicidade terão como objeto somente as atividades descritas acima, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

11.4 Quanto às pesquisas e avaliações previstas no inciso I, acima descrito, o art. 3º da mesma lei torna passível de execução apenas aquelas que tenham finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas na execução contratual, sendo vedada a inclusão de qualquer matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação de publicidade ou com o objeto do contrato.

11.5 Deste modo, a partir dos estudos realizados, constata-se que, para a descrição da solução como um todo, pode-se afirmar que a propensa contratação será operacionalizada nos moldes até aqui estabelecidos pela Prefeitura Municipal com destaque aos pontos abaixo discriminados:

a) Prazo de cinco dias úteis para fins de comprovação, pela agência contratada, dos pagamentos realizados a fornecedores especializados e veículos de comunicação e divulgação;

b) Inclusão de obrigação à agência contratada de prever em seus contratos com empresas independentes de checagem o acesso da Prefeitura Municipal aos relatórios e dados brutos que os originaram;

c) Declaração de que o licitante possui ou instalará escritório na região da Grande Vitória do Estado Espírito Santo, com pessoal qualificado e em quantidade suficiente para gerir o Contrato, a ser comprovado no prazo máximo de 60 (sessenta) dias contados a partir da vigência do Contrato;

d) Eventual readequação dos perfis e quantitativos de profissionais para composição de uma equipe mínima no quadro das contratadas, para atendimento imediato e permanente da Prefeitura Municipal.

12. JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO

12.1 O art. 2º da Lei nº 12.232/2010 considera que os serviços de publicidade são o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, como objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

12.2. Sendo assim, a própria conceituação do objeto proposto pressupõe a integralidade das atividades de publicidade. Ainda, conforme previsto no §3º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, na contratação de serviços de publicidade o objeto da licitação pode ser adjudicado a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias.

12.3. A decisão de **não fragmentar** a execução da publicidade da Prefeitura Municipal da Serra entre agências contratadas, por temática ou mesmo pela origem da demanda, considera os benefícios decorrentes para a Administração, na medida em que a não segregação estimula a competitividade entre as agências de propaganda no decorrer da execução contratual.

12.4. Em vista do exposto, a administração tem a discricionariedade de definir, apenas, se os serviços objeto da licitação serão adjudicados a apenas uma ou mais de uma agência.

12.5. Contudo, considerando a necessidade da Prefeitura Municipal da Serra e o orçamento previsto para a presente, a Secretaria Municipal de Comunicação entende que o objeto deve ser adjudicado a uma agência de publicidade, visando à melhor gestão e fiscalização do contrato.

13. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

13.1 Além de caracterizar um direito do cidadão e um dever do Estado em divulgar seus atos, medidas e a destinação dos recursos públicos, a publicidade cumpre ainda o importante papel de orientar, educar e mobilizar a população para que a mesma possa usufruir dos serviços colocados à sua disposição ou adotar posturas positivas que tragam benefícios reais para a sua vida.

13.2 Com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, a Secretaria Municipal de Comunicação pretende desempenhar atribuições por meio do planejamento e execução de campanhas para disseminar de forma eficaz os conteúdos da pasta junto à sociedade. Tal eficiência se dá em decorrência da melhor qualidade técnica dos serviços prestados e da tempestividade promovida pelas características dos procedimentos envolvidos no escopo do serviço prestado. Deste modo, espera-se qualidade dos serviços prestados pelas agências contratadas, por meio de profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores e mais inovadoras soluções publicitárias para apoiar a atuação do órgão, no enfrentamento dos desafios institucionais vivenciados no dia a dia.

13.3 A agência de propaganda contratada será responsável pela intermediação e supervisão da contratação de fornecedores especializados para produção e execução das peças e materiais publicitários desenvolvidos no decorrer da execução contratual, bem como da contratação dos inúmeros veículos de comunicação e divulgação utilizados para disseminação das mensagens. Essa característica gera tempestividade e assertividade na divulgação das mensagens do órgão, priorizando atingir seus objetivos de comunicação, buscando impactar os públicos-alvo com as mensagens mais adequadas, com vistas a concorrer pela atenção e pelo entendimento do cidadão, frente ao imenso volume de conteúdos divulgados pela iniciativa privada e dos espaços publicitários exíguos.

13.4 A Secretaria de Comunicação também contará com a expertise técnica da agência de propaganda no apoio às equipes internas do órgão para proposição das estratégias de comunicação mais adequadas para composição do planejamento de comunicação da pasta. Ao desenvolver uma comunicação governamental mais assertiva, por seu caráter publicitário, a Secretaria de Comunicação rentabilizará o orçamento destinado para esse fim, o que caracteriza o uso responsável dos recursos públicos.

13.5 Dessa forma, com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, a Secretaria de Comunicação pretende agregar mais adequabilidade, qualidade e eficiência ao processo de implementação da política de comunicação da Prefeitura Municipal da Serra, trazendo mais transparência aos atos de governo, além de contribuir para mais efetividade do exercício da cidadania pela população, o que caracterizará o correto cumprimento de sua missão institucional.

14. DA MODALIDADE DE LICITAÇÃO ESCOLHIDA

14.1. A presente contratação não envolve a quantificação prévia e estimada dos produtos e serviços a serem executados ao longo da execução contratual. Diferentemente dos serviços de natureza comum, que são executados mecanicamente ou segundo técnicas e métodos pré-estabelecidos e conhecidos, e para os quais a modalidade pregão seria apropriada, os serviços de publicidade possuem uma natureza intelectual. Isso se deve ao fato de que sua contratação envolve,



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

essencialmente, a expertise da agência de publicidade e propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para atingir os objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda.

14.2. Além disso, o art. 5º da Lei nº 12.232/2010 define a modalidade de licitação para a contratação de serviços de publicidade e estabelece os tipos de licitação "melhor técnica" ou "técnica e preço" a serem adotados, não deixando margem de discricionariedade para o órgão licitante.

14.3. Conforme o art. 6º da Lei nº 12.232/2010, o instrumento convocatório das licitações para serviços de publicidade deve observar as exigências da Lei nº 14.133/2021. No entanto, a própria Lei estabelece que não se aplica a exigência de orçamento estimado em planilhas de quantitativos e preços unitários.

14.4. Portanto, a estimativa de quantidades não se aplica aos serviços de publicidade. De todo modo, a análise referente ao saldo financeiro relacionado a esta contratação.

14.5. Frisa-se que não há garantia de faturamento mínimo por parte das agências contratadas, tendo em vista que as campanhas publicitárias são executadas mediante demanda.

14.6. A licitação deverá ser realizada mediante **CONCORRÊNCIA PÚBLICA** e processada segundo o rito estabelecido para o tipo de licitação **Melhor "Técnica e Preço"**, previsto pela Lei Federal 14.133/2021 e ao artigo 5º da Lei 12.232/2010.

14.6.1. O Art. 36 da lei 14133/2021:

Art. 36. O julgamento por técnica e preço considerará a maior pontuação obtida a partir da ponderação, segundo fatores objetivos previstos no edital, das notas atribuídas aos aspectos de técnica e de preço da proposta

§ 1º O critério de julgamento de que trata o caput deste artigo será escolhido quando estudo técnico preliminar demonstrar que a avaliação e a ponderação da qualidade técnica das propostas que superarem os requisitos mínimos estabelecidos no edital forem relevantes aos fins pretendidos pela Administração nas licitações para contratação de:

I - serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, caso em que o critério de julgamento de técnica e preço deverá ser preferencialmente empregado;

§ 2º No julgamento por técnica e preço, deverão ser avaliadas e ponderadas as propostas técnicas e, em seguida, as propostas de preço apresentadas pelos licitantes, na proporção máxima de 70% (setenta por cento) de valoração para a proposta técnica.

14.7. Entende-se pertinente adotar o tipo "técnica e preço", considerando que esta corresponde aos anseios do município, ao possibilitar a contratação da empresa com a melhor qualificação técnica entre as licitantes concorrentes e a prática do menor preço na execução contratual, através da média ponderada entre as notas atribuídas à Proposta Técnica e à Proposta de Preços.

15. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

15.1. A execução do contrato será acompanhada e fiscalizada pela Secretaria de Comunicação.

15.2. O serviço deverá ser executado seguindo todas as orientações e exigências da Ordem de Serviço ou as especificações determinadas pela Secretaria de Comunicação.

15.3. O pedido de criação/produção para a agência surge a partir da necessidade da Secretaria de Comunicação e/ou demanda de alguma Unidade Gestora. Será comunicado através e-mail, para formalizar a data para a reunião de alinhamento.

15.4. No caso de os serviços não estarem em conformidade com o solicitado, o fato será comunicado à empresa ganhadora, discriminando as providências imediatas, ficando a mesma cientificada da obrigação de sanar as irregularidades apontadas e de que estará desde então notificada e, conforme o caso, passível das sanções cabíveis.

15.5. Sanadas as falhas apontadas na execução dos serviços, a empresa deverá submeter o mesmo já corrigido à nova verificação para análise e aprovação.

15.6. A Prefeitura Municipal da Serra, poderá suspender ou mandar paralisar o serviço em andamento que não esteja sendo executado dentro das exigências e das orientações emitidas por esta.

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

15.7. O prazo de execução dos serviços internos, a contar da data da efetiva da ordem de serviço, será de 03 a 20 dias, observado o grau de complexidade de cada criação, devendo ser discutida em reunião.

15.8. Os prazos de produção de serviços efetuados por terceiros serão acordados entre as partes, observando os prazos determinados para a apresentação de serviços internos, podendo ser dilatados mediante justificativa e concordância por parte da Secretaria de Comunicação.

15.9. Os prazos serão contados a partir da data de aprovação do serviço solicitado.

15.10. Os serviços serão executados de acordo com os prazos previstos e as alterações necessárias no cronograma de execução ficarão condicionadas à prévia autorização por escrito da Secretaria de Comunicação.

15.11. Da execução dos serviços:

15.11.1. As ações de planejamento e veiculação das campanhas elaboradas pela Agência de Publicidade e Propaganda têm por previsão acontecerem de acordo com o calendário anual de eventos internos e externos, promovidos ou não pela Prefeitura do Município da Serra.

15.11.2. A Contratada deverá iniciar a execução do serviço em até 05 (cinco) dias úteis após o recebimento da Ordem de Serviços.

15.12. Prazo de Execução:

15.12.1. Os prazos necessários para a execução de peças são os seguintes, a partir da entrega do briefing à Agência:

CRIAÇÃO DE:	
Campanhas	14 dias
Peças Avulsas	05 dias
Peças de Oportunidade	03 dias
ELABORAÇÃO DE PLANO DE MÍDIA PARA:	
Campanhas	14 dias
Peças Avulsas	05 dias
Peças de Oportunidade	03 dias
Produção de Campanhas	10 a 20 dias

16. DA FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

16.1. A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-lo, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado, com anuência da Secretaria Municipal de Comunicação.

16.2. Serão nomeados um Gestor e Fiscal ou Gestor Suplente e um Fiscal Suplente, para executar a fiscalização deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATANTE, objetivando sua imediata correção com a anuência da Secretaria Municipal de Comunicação.

16.3. Além das atribuições previstas neste Termo de Referência e na legislação aplicável, caberá ao fiscal ou gestor, verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela CONTRATADA.

16.4. A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva da CONTRATADA, pela perfeita execução dos serviços.

16.5. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CONTRATANTE.

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

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

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

16.8. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidades ou falhas, não exime a CONTRATADA.

16.9. A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentada pela fiscalização.

16.10. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE e ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à CONTRATANTE.

16.11. À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto desta licitação, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

17. DA FORMA DE PAGAMENTO

17.1. O pagamento será efetuado em até 30 (trinta) dias após a aceitação do serviço, mediante apresentação da Nota Fiscal/Fatura devidamente atestada pelo órgão competente.

17.2. A Nota Fiscal deverá vir acompanhada da prova de regularidade perante:

17.2.1. Certidão Conjunta Negativa de Débitos, relativos a tributos federais e à Dívida Ativa da União, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social;

17.2.2. Prova de regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS);

17.2.3. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa;

17.2.4. Prova de regularidade perante a Fazenda Estadual, onde for sediada a empresa e do Estado do Espírito Santo quando a sede não for no Estado;

17.2.5. Prova de regularidade perante a Fazenda Municipal da sede do Licitante e do Município da Serra;

17.3. Não será admitida a antecipação de pagamento.

17.4. A CONTRATADA deverá discriminar no corpo da nota fiscal/fatura o endereço, o CNPJ, o número do Banco, da Agência e da Conta Corrente da empresa, a descrição clara do objeto e número do Contrato, valores, glosas, em moeda corrente nacional e retenções tributárias, bem como o número do processo administrativo que originou a contratação conforme legislação vigente.

17.5. No caso de incorreção, inconsistências ou dúvidas nos documentos apresentados, e ainda se a nota fiscal/fatura apresentar erro ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, serão estes restituídos à CONTRATADA para as correções solicitadas, no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, contados a partir do recebimento da diligência pela CONTRATADA.

17.6. A Nota Fiscal ou Fatura deverá ser obrigatoriamente acompanhada da comprovação da regularidade fiscal, constatada por meio de consulta on-line ao site ou, na impossibilidade de acesso ao referido Sistema, mediante consulta aos sítios eletrônicos oficiais ou à documentação mencionada no art. 68 da Lei nº 14.133/2021.

17.7. O pagamento será efetuado em moeda corrente, após apresentação da Nota Fiscal/Fatura, sem emendas ou rasuras, que depois de conferidos e visados, serão encaminhados para processamento e pagamento até 30 (trinta) dias corridos após a respectiva apresentação.

17.8. Nenhum pagamento será efetuado à contratada enquanto perdurar qualquer pendência de liquidação, ou obrigação que lhe for imposta, sem que isto gere direito ao pleito de reajustamento de preços ou correção.



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

17.9. Os pagamentos devidos pelo contratante serão efetuados por meio de depósito ou transferência eletrônica em conta bancária a ser informada pela contratada, ou, eventualmente, por outra forma que vier a ser convencionada entre as partes, vedando-se o pagamento por meio de boleto bancário.

17.10. Uma vez paga a importância discriminada na nota fiscal/fatura, a contratada dará ao contratante plena, geral e irretratável, quitação dos valores nela discriminados, para nada mais vir a reclamar ou exigir a qualquer título, tempo ou forma.

17.11. Após efetivar o pagamento, a CONTRATADA deverá apresentar à PREFEITURA MUNICIPAL DA SERRA comprovantes de pagamento dos executores envolvidos nas atividades, em até 05 (cinco) dias úteis após a efetiva quitação da Nota Fiscal, podendo ser entregue também em mídia digital, devendo constar:

- Nome do executor;
- Data do pagamento; e
- Valor pago (valores líquidos pactuados pelas atividades).
- Os comprovantes de veiculação, produção e outros apresentados devem se ater aos executores constantes nas atividades realizadas.

17.12. Será retido o Imposto de Renda (IR), em cumprimento ao Decreto Municipal nº 3719/2022 de 17 de novembro de 2022, que dispõe sobre a retenção de Imposto de Renda no pagamento a Fornecedores, nos termos da Instrução Normativa da Receita Federal nº 1.234/2012.

18. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

18.1. DO CREDENCIAMENTO

18.1.1. A representação poderá ser feita por procurador munido de instrumento público ou particular e por Carta de Credenciamento, conforme modelo do Anexo II, comprovando a outorga de poderes necessários para a formulação de propostas e a prática de todos os demais atos inerentes à licitação, juntamente com cópia do documento de identidade do credenciado ou procurador.

18.1.1.1. O instrumento que comprovará a representatividade do proponente será:

18.1.1.1.1. Para procurador - além da carta de credenciamento indicada no subitem 15.6.1, deverá ser apresentado documento comprobatório dos poderes de quem subscreve a carta; e;

18.1.1.1.2. Para sócio, dirigente ou assemblado - além da carta de credenciamento indicada no subitem 17.1.1, deverá ser apresentada cópia do Ato Constitutivo juntamente com a(s) alteração(ões) ou ato consolidado e Ata de Eleição ou outro documento equivalente apto a produzir os mesmos efeitos, contendo o período de mandato do dirigente ou Diretoria (ou equivalente), que comprove(m) sua capacidade de representação legal, com expressa previsão dos poderes para manifestar pela sociedade, dar declarações, receber intimação, interpor e renunciar a recurso, assim como praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, em nome do proponente.

18.1.2. O representante deverá estar munido de documento hábil de identificação.

18.1.3. A ausência do credenciamento não constituirá motivo para a inabilitação ou desclassificação do proponente, mas impedirá o seu respectivo representante de se manifestar nas sessões.

18.1.4. As pessoas que não comprovarem possuir poderes para representação legal do proponente somente poderão participar da sessão como ouvintes, não podendo consignar em ata suas observações, rubricar documentos, nem praticar os demais atos pertinentes à licitação.

18.1.5. A qualquer momento durante o processo licitatório, o interessado poderá substituir seu representante, desde que devidamente credenciado.

18.1.6. Serão admitidas fotocópias sem autenticação cartorial, desde que os respectivos originais sejam apresentados à Comissão de Contratação para autenticação.

18.1.7. Será admitida apenas 01 (um) representante para cada licitante.

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA****18.2 DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA:**

18.2.1 Prova de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ);

18.2.2 Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

18.2.3 Certificado de regularidade do FGTS, emitido pela Caixa Econômica Federal;

18.2.4 Certidões de regularidade com a Fazenda Federal (Certidão Conjunta de Débitos relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União e Certidão relativa a Contribuições Previdenciárias); Fazenda Estadual (inclusive do Estado do ES para licitantes sediados em outro Estado da Federação); e Fazenda Municipal da sede da Empresa e do Município da Serra;

18.2.5 Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), instituída pela Lei Federal nº 12.440/2011;

18.2.6 Declaração do cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal.

18.2.6.1 Declaração de que o licitante possui instalações, infraestrutura e recursos materiais para a execução do contrato.

18.3 DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:

18.3.1 Certidão Negativa de Falência, expedida pelos Cartórios Distribuidores competentes da sede da pessoa jurídica, datada dos últimos 90 (noventa) dias, ou que esteja dentro do prazo de validade expresso na própria certidão.

a) Caso a licitante se encontre em processo de recuperação judicial ou extrajudicial, deverão ser cumpridos, por meio da documentação apropriada, os seguintes requisitos, cumulativamente:

- I. Cumprimento de todos os demais requisitos de habilitação constantes neste Edital;
- II. Sentença homologatória do plano de recuperação judicial e/ou Certidão da Instância Judicial Competente Atestando a Capacidade Econômico-Financeira da Empresa em Recuperação;
- III. Certidão de Recuperação Judicial.

18.3.2 A habilitação econômico-financeira visa a demonstrar a aptidão econômica do licitante para cumprir as obrigações decorrentes do futuro contrato, devendo ser comprovada de forma objetiva, por coeficientes e índices econômicos previstos no edital, devidamente justificados no processo licitatório, e será restrita à apresentação da seguinte documentação:

I. Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais e ao último exercício, no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos:

- a) Termo de Abertura;
- b) Termo de Encerramento;
- c) Balanço Patrimonial, e
- d) Demonstração de Resultado do Exercício.
- e) A boa situação financeira da licitante será verificada nos seguintes moldes:

II. O Índice de Liquidez Corrente (ILC) corresponde ao quociente da divisão do Ativo Circulante pelo Passivo Circulante, conforme abaixo:

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

III. O Índice de Liquidez Geral (ILG) corresponde ao quociente da divisão da soma do Ativo Circulante com Realizável a Longo Prazo pela soma do Passivo Circulante com o Exigível a Longo Prazo, conforme abaixo:

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

I. O índice de Solvência Geral (ISG) corresponde ao quociente do Ativo Total pela soma do Passivo Circulante com o Passivo Não Circulante, conforme abaixo:

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

$$\text{ISG} = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}^*}$$

*Equivalente ao Exigível a Longo Prazo – ELP (art. 180 da Lei nº 6.404/1976, com a redação dada pela Lei nº 11.941/2009).

18.3.2.1 Será habilitada a empresa que apresentar:

- I. Índice de Liquidez Corrente – igual ou maior que 1,0;
- II. Índice de Liquidez Geral – igual ou maior que 1,0;
- III. Índice de Solvência Geral – igual ou maior que 1,0.

18.3.2.2 As empresas que apresentarem resultado menor que 01 (um), em qualquer dos índices estabelecidos no item acima, deverão comprovar Capital Social ou Patrimônio Líquido, no mínimo equivalente até 10% (dez) por cento da soma dos valores estimados da contratação, conforme determina a Lei nº 14.133/2021, devendo a comprovação ser feita relativamente à data da apresentação da proposta, na forma da lei.

18.4 DOCUMENTOS DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:

18.4.1 Para a comprovação de Qualificação Técnica o licitante deverá entregar:

18.4.1.1 Declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta Concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no item 4.1 deste Edital;

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

18.4.1.3 Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial; e,

18.4.1.4 O documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais.

19. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS

19.1. As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação em 05 (cinco) invólucros distintos e separados.

19.2. Os invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços, serão recebidos como segue:

- Data: XX/XX/2025
- Horário: 10:00 hrs.
- Local: A ser definido pela Comissão

19.2.1. Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente.

19.3. A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios, obedecerão ao disposto no Edital e na legislação.

19.4. O invólucro nº 5, contendo os documentos de Habilitação, serão recebidos e abertos em dia, local e horário, a serem posteriormente designados pela Comissão Especial de Licitação.

19.5. A Comissão Especial de Licitação exigirá do representante legal do licitante, na abertura da sessão pública, declaração, sob as penas da lei, de que reúne as condições de habilitação exigidas no edital, conforme modelo constante no Anexo III.

20. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

20.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue na forma estabelecida no item 19.2, respeitado o prazo mínimo de 35 (trinta e cinco) dias úteis contados a partir da data de divulgação do edital de licitação.

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

20.1.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão de Licitação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3 nos termos do Edital.

20.1.2. Invólucro nº1.

20.1.2.1. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**.

20.1.2.2. Só será aceito o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada** que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão Especial de Licitação, a ser retirado exclusivamente pela agência ou por terceiro devidamente representado por procuração, no horário das 09h00min às 17h00min, no Departamento de Atividades Auxiliares - DATA da Secretaria de Gestão e Planejamento – SEGEPLAN, localizado à Rua Maestro Antônio Cicero, nº 111 – 1º andar, Bairro Caçaroca, Serra, CEP: 29176-100;

20.1.2.3. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria. O Invólucro nº 1 **não poderá conter**:

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais;
- d) documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

20.1.3. Invólucro nº 2

20.1.3.1. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, e terá o mesmo teor da **Via Não Identificada**, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa.

INVÓLUCRO 2

CONCORRÊNCIA Nº..... /.....- (Mencionar o nº e ano)

PROCESSO ADMINISTRATIVO nº

PROPOSTA TÉCNICA (Via Identificada)

O Invólucro 2 deverá ser opaco, identificado com denominação social e o cadastro no CNPJ da Licitante.

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

20.1.3.3. Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

20.1.4. Invólucro nº 3

20.1.4.1. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

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

INVÓLUCRO 3

CONCORRÊNCIA Nº..... /.....- (Mencionar o nº e ano)

PROCESSO ADMINISTRATIVO nº

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

O Invólucro 3 deverá ser opaco, identificado com denominação social e o cadastro no CNPJ da Licitante

20.1.4.3. O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

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

21. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico II. Estratégia de Comunicação Publicitária III. Ideia Criativa IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

21.3. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA

21.3.1. O **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada** deverá ser apresentado de acordo com a seguinte formatação:

- Em papel tipo sulfite, A4 – com até 90 g/m² branco;
- Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda, capa e contracapa em papel sulfite branco, formato A4, branco e com até 90 g/m²;
- Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- Espaçamento “simples” entre linhas e opcionalmente duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos.
- Alinhamento justificado do texto.
- Texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automático”, corpo 12 (doze);
- Numeração em todas as páginas, em fonte Arial 12, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito;

21.3.2. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peça da Ideia Criativa, estado limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquesitos.

21.3.3. O **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada** não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só e de forma inequívoca, possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro n. 2.

21.3.4. O **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Apêndice Briefing, parte deste Termo de Referência/Projeto Básico, observadas as seguintes disposições:

21.3.4.1. **Raciocínio Básico:** apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Serra/ES para enfrentar os desafios ou os problemas gerais e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados;

21.3.4.2. **Estratégia de Comunicação Publicitária:** apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação previstos no Briefing, compreendendo:

- Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
- Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar;



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

21.3.4.3. **Ideia Criativa:** apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

- a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no Edital, com comentários sobre cada peça e ou material. Essa relação deverá relacionar as peças ou material em dois blocos: o primeiro, com as peças corporificadas, com o limite de 10 peças e o segundo, com as peças não corporificadas, sem limite do número de peças.
- b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar 10 (dez) peças como exemplos para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios ou problemas, gerais e ou específicos, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária

21.3.4.4. **Estratégia de Mídia e não Mídia, constituída de:**

- a) apresentação em que a licitante explicitará a justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
- b) simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e ou material destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, cujo valor estimado da campanha integral simulada.

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

- a) o período de distribuição das peças e ou material;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.;

21.3.5.1 **Nessa simulação:**

- a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei 4.680/65;
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.
- d) para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, *trading desks* e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: cpm, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curta, entre outros).

21.3.6 Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e não Mídia não tem limitação quanto ao número de páginas.

21.4. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

21.4.1. O **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com as seguintes especificidades:

I – ter a identificação da licitante;

II – ser datado;

III – estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

21.4.2. Capacidade de Atendimento

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



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

21.4.2.2. Qualquer página com os documentos e informações previstos neste item poderá ser editada em papel A3 dobrado.

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

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

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

21.4.3. Repertório

21.4.3.1. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado, seguindo o mesmo padrão de apresentação dos Relatos, ou seja, por meio de HD externo ou pen-drive, desde que atendam às exigências de execução e anonimato.

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

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

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

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

21.4.3.6. As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.01.2020.

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

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

21.4.3.9. As peças e ou material não podem se referir a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo Município de Serra/ES.

21.4.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

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

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

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

I – será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II – deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III – não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e ou aprovadas pelo Município de Serra-ES;

IV – deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

21.4.4.4. A formalização do referendo deverá ser feita na última página do Relato, na qual constarão o nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. As duas páginas do Relato deverão estar assinadas pelo autor do referendo.

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

I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em HD externo ou PEN DRIVE, podendo integrar o caderno específico previsto no Edital ou ser apresentadas soltas;

II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no Edital, em papel A4 ou A3 dobrado ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

III – para cada peça e ou material deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram resolver.

21.4.4.6. Se a licitante apresentar apenas 1 (um) Relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista no Edital.

22. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

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

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

22.3. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

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

QUESITOS/SUBQUESITOS	PONTOS
Plano de Comunicação Publicitária, sendo:	70 pontos
Raciocínio Básico	15 pontos
Estratégia de Comunicação Publicitária	20 pontos
Ideia Criativa	20 pontos
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15 pontos
Capacidade de Atendimento	10 pontos
Repertório	10 pontos
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10 pontos
Pontuação máxima total	100 pontos

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

22.6. A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

22.7. Será considerada mais bem classificada na fase de julgamento da Proposta Técnica a licitante que obtiver a maior nota.

23. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

23.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

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

23.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços da licitante, cujo modelo constitui o Anexo IV-A, ressalvado que, nos termos do artigo 59, inciso III da Lei 14.133/21 **não será aceito:**

a) **desconto inferior a 70% (setenta por cento)** em relação aos preços previstos na tabela referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do ES a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes;

b) **percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato, bem como incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

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

d) **Percentual de remuneração superior a 20% (vinte por cento)** incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela licitante, que não proporcione à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação.

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

24. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

24.1. No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionado a Proposta de Preços das licitantes.

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

Invólucro nº 4

- Proposta de Preços
- Nome empresarial e CNPJ da licitante
- Concorrência nº XX / ano – Prefeitura Municipal de Serra

24.3. O Invólucro nº 4 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

24.4. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

24.4.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no edital.

24.4.2. Os Invólucros com as Propostas Técnicas (Invólucros nº 01 a 03) e as Propostas de Preços (Invólucro nº 04) serão entregues à Comissão de Especial de Licitação, em sessão pública, na data, local e horário determinados no Edital.

24.4.3. Os representantes legais das Licitantes, ou seus procuradores regularmente constituídos e presentes, assinarão a Lista de Presença, após o que será declarada aberta a reunião.

24.4.4. É vedada a participação, na sessão de recebimento e abertura dos Invólucros com as Propostas Técnicas e Comercial, dos membros designados para a Subcomissão Técnica.

24.4.5. Os Invólucros padronizados com a **Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária** não serão recebidos pela Comissão Especial de Licitação no caso de apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a Licitante.

24.5. Será julgada vencedora a proposta que, atendendo a todos os requisitos técnicos e preço.

25. FORMAÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

25.1. A Subcomissão Técnica será constituída por no mínimo 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, nos termos do art. 10, §1º da Lei Federal 12.232/2010.

25.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, conforme determina a Lei Federal 12.232/2010.

25.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá 3 (três) integrantes sem vínculo com Prefeitura Municipal da Serra e 6 (seis) integrantes com vínculo.

25.4. A relação dos nomes será publicada pela Comissão de Contratação, na Imprensa Oficial e no Órgão Oficial da Prefeitura Municipal da Serra, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

25.5. O sorteio será processado pela Comissão de Contratação, 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 Prefeitura Municipal da Serra, devendo cada grupo de nomes a ser sorteado, ser colocado separadamente em cada urna distinta.

25.6. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação referida acima, mediante a apresentação à Comissão de Contratação de justificativa para a exclusão.

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

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

25.9. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido na Lei 12.232/10.

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

25.11. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no artigo 10 da Lei 12.232/2010 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

25.12. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão pública de recebimento e abertura dos Invólucros.

25.13. Cadastro para a Subcomissão Técnica.

25.13.1. O Cadastro do profissional para integrar a Subcomissão Técnica será efetivado na Secretaria Municipal de Comunicação, mediante a apresentação dos seguintes documentos:

- a) Declaração de que mantém ou não mantém vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município;
- b) diploma de conclusão de curso de graduação na área de comunicação, publicidade ou marketing, fornecido por instituição de ensino superior reconhecido pelo Ministério da Educação, devidamente registrado, ou comprovação, através de vínculo empregatício ou outro documento hábil, de experiência em uma dessas áreas;
- c) cédula de identidade ou documento equivalente, com foto;
- d) comprovante de inscrição no CPF - Cadastro de Pessoas Físicas;
- e) documento comprobatório do vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município, quando for o caso.

25.13.2. Com exceção do documento indicado na letra "a" supra, o qual deverá ser apresentado em original, os demais documentos deverão ser apresentados sob uma das seguintes formas:

- a) cópias autenticadas em cartório;
- b) cópias simples, desde que sejam apresentados os originais ou cópias autenticadas em cartório, para autenticação.

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

25.14. Caberá à Subcomissão Técnica

25.14.1. Analisar individualmente e julgar o Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação em conformidade com os termos deste Termo de Referência;

25.14.2. Desclassificar os licitantes que desatenderem as exigências legais e as estabelecidas neste TR, em especial as relacionadas a aposição de marca, sinal, etiqueta ou palavra que possibilite a identificação das proponentes nos Invólucros e/ou documentos neles contidos.

25.14.3. Produzir e encaminhar à Comissão de Contratação todos os documentos necessários ao atendimento dos termos desta licitação, relativos ao julgamento da qualificação técnica das licitantes, neles compreendidas as planilhas com as pontuações dos quesitos e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram, em cada caso, bem como elaborar ata da sessão de julgamento;

25.14.4. Manifestar-se, em caso de eventuais recursos dos licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitada pela Comissão de Contratação.

25.14.5. A Subcomissão Técnica não lançará nenhum código, sinal ou marca nos documentos que compõem a via não identificada do plano de Comunicação.

26. DO PRAZO DE EXECUÇÃO E VIGÊNCIA DO CONTRATO**26.1. Da vigência Contratual**

26.1.1. O período de vigência deste contrato será de 12 (doze) meses, com início a partir da publicação do extrato do contrato no Diário Oficial dos Municípios.

26.1.2. Poderá ser prorrogado, nos termos da Lei, 14.133/2021, desde que mantidas as condições vantajosas para a Secretaria de Comunicação.

26.2. Das Prorrogações

26.2.1. Para fins de renovação contratual, o gestor do contrato, com base no histórico de gestão do contrato e nos princípios da manutenção da necessidade, economicidade e oportunidade da contratação, deverá encaminhar à área administrativa, com pelo menos 90 (noventa) dias de antecedência do término do contrato, a respectiva documentação para o aditamento.

26.3. Das Alterações Contratuais

26.3.1. Nos termos da legislação em vigor, durante a fase de execução da prestação dos serviços o contrato poderá ser alterado, desde que justificadamente, na forma prevista no art. 124 da Lei nº 14.133, de 2021.

25.3.1.1. As alterações contratuais devem ser promovidas mediante celebração de termo aditivo, que deverá ser submetido à prévia aprovação da consultoria jurídica do CONTRATANTE.

26.4. Do Reajuste

26.4.1. Não é possível incluir índices de reajustamento no contrato, tendo em vista que o pagamento pelos serviços prestados pelas agências é realizado com base em tabelas preestabelecidas pelo SINAPRO/ES e vigentes na data da execução do serviço.

27. DAS INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

27.1 O descumprimento das obrigações assumidas pela licitante, sem justificativa aceita pela Secretaria de Comunicação, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

- I- Advertência;
- II- Impedimento para licitar e contratar;
- III- Multa de mora e multa compensatória;
- IV- Suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração por até 02 (dois) anos;
- V- Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração.

27.2 Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à licitante o contraditório e a ampla defesa.

27.3 As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

27.4 As sanções aplicadas serão registradas no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado pela Secretaria de Comunicação.

27.5 A Secretaria de Comunicação comunicará, por escrito, à licitante que a sanção foi registrada no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado.

27.6 A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

- I- A advertência, e as multas, de que trata o subitem 29.1, serão aplicadas pelo gestor, fiscal ou autoridade competente;
- II- Caberá a autoridade competente aplicar a suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração e propor a declaração de inidoneidade;
- III- A aplicação da Declaração de Inidoneidade compete privativamente ao Secretário Municipal de Comunicação ao qual a licitante estará subordinada ou vinculada.

27.7 A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

- I- Descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;
- II- Outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo da Secretaria de Comunicação, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

27.7.1 A falha na execução contratual restará configurada quando:

27.7.1.1 A licitante cometer, nos últimos 12 (doze) meses contínuos de execução contratual, uma quantidade de infrações cujo somatório de pontos correspondentes, conforme a Tabela 1, atinja ou ultrapasse 10 (dez) pontos:

Tabela 1 – Correspondência entre Grau da Infração e Quantidade de Pontos

Grau da infração	Quantidade de pontos atribuídos
Leve	1 ponto por infração
Média	2 pontos por infração
Grave	3 pontos por infração

27.7.1.2 Comprovadas as falhas e atingida a pontuação estabelecida no subitem 27.3.1.1, a Secretaria de Comunicação poderá aplicar as sanções, por infração, conforme os graus, as correspondências, as descrições e as incidências estabelecidas na Tabela 2 e na Tabela 3, apresentadas a seguir:

Tabela 2 – Grau e correspondência de cada infração

Grau da infração	Correspondência
Leve	Advertência (na primeira infração)
	Multa no valor de 0,025 %, por incidência, sobre o valor total deste contrato ou valor do serviço (após a primeira infração).
Média	Multa no valor de 0,1 %, por incidência, sobre o valor total deste contrato ou valor do serviço.
Grave	Multa no valor de 0,5 %, por incidência, sobre o valor total deste contrato ou valor do serviço.

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA****Tabela 3 – Infrações**

Item	Descrição	Grau	Incidência
1.	Não operar como organização completa prejudicando o fornecimento dos serviços com elevada qualidade.	Média (passível de correção)	Semestral
2.	Demora para centralizar o comando da publicidade da Secretaria de Comunicação no estado, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial.	Média (passível de correção)	Por ocorrência.
3.	Não executar, com seus próprios recursos, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, mediante demanda da Secretaria de Comunicação.	Grave	Semestral
4.	Não utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento.	Leve (passível de correção)	Semestral
5.	Substituir os profissionais envolvidos na execução contratual sem o conhecimento e anuência da Secretaria de Comunicação.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência
6.	Não envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação ou não transferir à Secretaria de Comunicação todas as vantagens obtidas.	Grave	Por ocorrência.
7.	Não observar rigorosamente as especificações estipuladas pela Secretaria de Comunicação no fornecimento de produtos e serviços relacionados com o objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência.
8.	Não exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pela Secretaria de Comunicação.	Grave	Por ocorrência.
9.	Não atuar com atenção e responsabilidade na elaboração de estimativa de custos dos produtos e serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
10.	Não observar as condições estabelecidas no presente contrato para o fornecimento de bens e de serviços especializados à Secretaria de Comunicação	Média (passível de correção)	Semestral
11.	Não observar os prazos estabelecidos pela Secretaria de Comunicação na condução dos serviços objeto deste contrato.	Média (passível de correção)	Por ocorrência
12.	Provocar prejuízos e danos à Secretaria de Comunicação devido a sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
13.	Não tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da Secretaria de Comunicação.	Grave	Por ocorrência.
14.	Não repassar à Secretaria de Comunicação todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.	Grave	Por ocorrência.
15.	Não repassar à Secretaria de Comunicação o desconto de antecipação de pagamento, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.	Grave	Por ocorrência.

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

16.	Sobrepôr os planos de incentivo aos interesses da Secretaria de Comunicação, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam.	Grave	Por ocorrência.
17.	Não negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos estabelecidos neste contrato, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da Secretaria de Comunicação.	Grave	Por ocorrência.
18.	Não incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010 (Igualdade Racial).	Média (passível de correção)	Por ocorrência.
19.	Contratar fornecedores de bens e de serviços especializados ou reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, relacionados à execução deste contrato, sem a autorização prévia e por	Grave	Por ocorrência.
20.	Não providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da Secretaria de Comunicação em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência.
21.	Não apresentar à Secretaria de Comunicação, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência.
22.	Cotar preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que: um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; e que algum dirigente ou empregado da licitante tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.	Grave	Por ocorrência.
23.	Realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato, sem a autorização prévia da Secretaria de Comunicação.	Grave	Por ocorrência.
24.	Recusar a encaminhar, sempre que solicitado pela Secretaria de Comunicação, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência.
25.	Não zelar pelo irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos em decorrência da execução contratual, sobretudo quanto à estratégia de atuação da Secretaria de Comunicação.	Grave	Por ocorrência.

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

26.	Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, mesmo que acidentalmente, sem a prévia e expressa autorização da Secretaria de Comunicação.	Grave	Por ocorrência.
27.	Manter, durante a vigência deste contrato, a prestação de serviços de publicidade à empresa concorrente ou incompatível com a área de atuação da Secretaria de Comunicação. <se for o caso>	Grave	Por ocorrência.
28.	Recusar o ressarcimento à Secretaria de Comunicação de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.	Grave	Por ocorrência.
29.	Não prestar o devido esclarecimento à Secretaria de Comunicação sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a licitante.	Grave	Por ocorrência
30.	Caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.	Grave	Por ocorrência
31.	Não cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes ao objeto deste contrato.	Média (passível de correção)	Por ocorrência.
32.	Não cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.	Média (passível de correção)	Por ocorrência
33.	Não manter durante a execução deste contrato todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento.	Média (passível de correção)	Semestral
34.	Não apresentar, quando solicitado pela Secretaria de Comunicação, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência
35.	Gerar prejuízos e infrações à Secretaria de Comunicação na prestação dos serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
36.	Não realizar de forma devida o pagamento de tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.	Média (passível de correção)	Por ocorrência.
37.	Não observar na execução dos serviços as boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.	Leve (passível de correção)	Semestral

27.7.1.2.1 As penalidades decorrentes das condutas tipificadas acima podem ser aplicadas cumulativamente entre si, desde que seu somatório não ultrapasse 10% (dez por cento) do valor atualizado da contratação, sem prejuízo das demais sanções dispostas no subitem 27.1.

29.3.2. No ato de advertência, a Secretaria de Comunicação estipulará prazo para o cumprimento da obrigação ou responsabilidade mencionadas no inciso I e para a correção das ocorrências de que trata o inciso II, ambos do subitem 27.3.

27.8 A suspensão temporária de participação de que trata o subitem 27.1 será aplicada quando, vencido o prazo estipulado na advertência, a licitante continuar inadimplente em relação ao fato que deu origem à sanção.

27.9 A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.

27.9.1 O atraso sujeitará a licitante à multa de:

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

I- 0,33% (trinta e três centésimos por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida;

II- 0,66% (sessenta e seis centésimos por cento) por dia de atraso, na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, em caráter excepcional, se houve justificativa plausível, a juízo da Secretaria de Comunicação, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias.

27.9.2 O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviço poderá caracterizar a inexecução total deste contrato, a juízo da Secretaria de Comunicação.

27.9.3 A licitante estará sujeita à multa compensatória de:

I- 1% (um por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrido a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;

II- 1% (um por cento), calculada sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pela:

a) inexecução total deste contrato;

b) pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da Secretaria de Comunicação.

III- 0,07% (sete centésimos por cento) do valor deste contrato ou do valor da dotação orçamentária, o que for menor, por dia de atraso, observado o máximo de 2% (dois por cento) pela recusa injustificada em apresentar a garantia prevista, conforme Minuta do Contrato (Anexo 8);

IV- Até 1% (um por cento) sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pelo descumprimento de qualquer cláusula contratual, respeitado o acima disposto neste subitem.

27.10 A suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração poderá ser aplicada à licitante se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

27.10.1 Por até 06 (seis) meses:

a) Atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para a Secretaria de Comunicação;

b) Execução insatisfatória do objeto deste Edital, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma dos subitens 27.3, 27.5;

27.10.2 Por até 02 (dois) anos:

a) Não conclusão dos serviços contratados;

b) Prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes na Autorização de Produção ou na Autorização de Veiculação ou documento equivalente, depois da solicitação de correção efetuada pela Secretaria de Comunicação;

c) Cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à Secretaria de Comunicação, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;

d) Condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;

e) Apresentação, à Secretaria de Comunicação, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento da Secretaria de Comunicação após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;

f) Ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 14.133/2021, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da Secretaria de Comunicação após a assinatura deste contrato;

g) Reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso da Secretaria de Comunicação.

27.11 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da Secretaria de Comunicação, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à Secretaria de Comunicação ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

27.11.1 A declaração de inidoneidade será aplicada à licitante se, entre outros casos:

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

- I- Sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;
- II- Demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a Secretaria de Comunicação, em virtude de atos ilícitos praticados;
- III- Reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio da Secretaria de Comunicação.

27.11.2 A declaração de inidoneidade implica proibição da licitante de transacionar com a Administração, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a licitante ressarcir a Secretaria de Comunicação pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

27.12 Da aplicação das sanções de advertência, suspensão temporária de participação de que trata o subitem 27.1, multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração caberá recurso, no prazo de 03 (três) dias úteis, contados do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

27.12.1 O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 03 (três) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, enviá-lo à instância superior, devidamente motivado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 010 (dez) dias úteis, contados do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:

- a) a advertência, o impedimento quanto a participação de que trata o subitem 27.1 e a multa: à autoridade competente, por intermédio do gestor, fiscal ou autoridade competente;
- b) impedimento do direito de licitar ou contratar com a Administração: ao Ministro do Ministério ao qual o anunciante está subordinado ou vinculado.

27.13 As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a licitante por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil Brasileiro.

27.14 A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 14.133/2021, incluída a responsabilização da licitante por eventuais perdas e danos causados à Secretaria de Comunicação.

27.15 O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da licitante.

27.15.1 O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela Secretaria de Comunicação.

28. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

28.2. Realizar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a intermediação na contratação de fornecedores nos termos do edital, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

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

28.4. Pertencem à CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículos de divulgação

28.5. O disposto no subitem anterior não abrange os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos à CONTRATADA, nos termos do artigo 18 da Lei 12.232/2010.

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

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

28.7. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

28.8. O desrespeito ao disposto no subitem anterior constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

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

28.10. Observar a seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços à CONTRATANTE:

28.10.1. fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

28.10.2. exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

28.10.3. a cotação deverá ser apresentada em original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

28.10.4. juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito e em atividade, CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com os serviços a ser fornecido.

28.10.5. a CONTRATADA após recebimento de cada processo de pagamento pela CONTRATANTE fica obrigada, no prazo de até 15 (quinze) dias úteis, a apresentar comprovante de pagamento referente aos serviços de fornecedores executados em prol do objeto deste contrato

28.11. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato.

28.12. O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no caput deste artigo exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

28.13. No caso do subitem anterior, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em Invólucros fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

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

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

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

28.17. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

28.17.1. um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

28.17.2. dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

27.18. Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito para autorizar despesas com bens e serviços prestados



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

28.19. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

28.20. Apresentar à CONTRATANTE para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível; obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei 12.232/2010.

28.21. Apresentar à CONTRATANTE estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei 12.232/2010.

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

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

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

- a) TV e Cinema: cópias em arquivos digitais;
- b) Internet: cópias em arquivos digitais;
- c) Rádio: cópias em arquivos digitais;
- d) Mídia impressas e material publicitário: cópias digitais.

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

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

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

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

28.29. Registrar em relatório de atendimento todas as reuniões de serviços entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e para que ambos tomem as providências necessárias do desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

28.30. Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE até o prazo máximo de 02 (dois) dias úteis após a realização do contato.

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

28.32. Tomar providências, imediatamente em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

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

28.34. Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

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

28.36. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o artigo 4º e seu parágrafo primeiro da Lei 12.232/2010.

28.37. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infração a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

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

28.39. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, de 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.

28.40. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

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

28.42. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

28.43. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.

28.44. Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

28.45. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.

28.46. 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.

28.47. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

28.48. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

28.49. Será permitida a subcontratação dos serviços, com exceção daqueles que devem ser prestados necessariamente pela agência de propaganda.

29. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

29.1 Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA.



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

29.2. Comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais, determinados pela urgência, que deverão ser confirmados por escrito no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis.

29.3. Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

29.4. Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à contratação de fornecedores de bens e serviços pela CONTRATADA.

29.5. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

29.6. Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato.

29.7. Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

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

30. DA PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS

30.1. Em atendimento ao disposto na Lei Geral de Proteção de Dados, o CONTRATANTE, para a execução do serviço objeto deste contrato, tem acesso a dados pessoais dos representantes da CONTRATADA, tais como números do CPF e do RG, endereços eletrônico e residencial, e cópia do documento de identificação.

30.2. O CONTRATANTE e a CONTRATADA comprometem-se a proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural, relativos ao tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, garantindo que:

- a) o tratamento de dados pessoais dar-se-á de acordo com as bases legais previstas nas hipóteses dos artigos 7º e/ou 11 da Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais - LGPD) às quais se submeterão às contratações, e para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular;
- b) o tratamento seja limitado às atividades necessárias ao atingimento das finalidades de execução da contratação, utilizando-os, quando seja o caso, em cumprimento de obrigação legal ou regulatória, no exercício regular de direito, por determinação judicial ou por requisição da Autoridade Nacional de Proteção de Dados - ANPD;
- c) em caso de necessidade de coleta de dados pessoais indispensáveis à execução contratual, esta será realizada mediante prévia aprovação do CONTRATANTE, responsabilizando-se a CONTRATADA por obter o consentimento dos titulares (salvo nos casos em que opere outra hipótese legal de tratamento). Os dados assim coletados só poderão ser utilizados na execução do objeto contratado, e em hipótese alguma poderão ser compartilhados ou utilizados para outros fins;

30.3. A CONTRATADA fica obrigada a comunicar ao CONTRATANTE em até 24 (vinte e quatro) horas qualquer incidente de acessos não autorizados aos dados pessoais, situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou qualquer forma de tratamento inadequado ou ilícito, bem como adotar as providências dispostas no art. 48 da Lei Geral de Proteção de Dados.

30.4. Encerrada a vigência do contrato ou não havendo mais necessidade de utilização dos dados pessoais, sejam eles sensíveis ou não, a CONTRATADA interromperá o seu tratamento e, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, eliminará completamente esses dados (seja em formato digital ou físico), salvo quando a CONTRATADA tenha que mantê-los para cumprimento de obrigação legal.

31. DISPOSIÇÕES FINAIS

31.1. O presente Termo de Referência foi elaborado pela **Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais**, estando em consonância com o interesse e a conveniência do Município, bem como com as disposições legais

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

e normativas aplicáveis.

31.1.1. DECRETO Nº 6.954, DE 25 DE SETEMBRO DE 2024 (DIÁRIO OFICIAL DO MUNICÍPIO DA SERRA – 26/09/2025);

31.1.2. DECRETO Nº 767, DE 10 DE MARÇO DE 2025 (DIÁRIO OFICIAL DO MUNICÍPIO DA SERRA – 11/03/2025);

31.2. A Secretaria Municipal de Comunicação, previamente à publicação do edital de licitação de que trata este Termo de Referência, deverá se encarregar de promover um Chamamento Público visando à formação da Subcomissão Técnica, nos moldes da previsão legal.

31.3. Os invólucros reservados à condução do certame serão concedidos pela Secretaria Municipal de Comunicação, em formato padrão e com as informações devidamente impressas, uma vez que não devem conter informações que identifiquem a licitante, devendo ser retirados pelas empresas Secretaria Municipal de Gestão e Planejamento, junto à Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais, por solicitação formal, e mediante recebimento de comprovante de retirada do envelope.

32. RESPONSÁVEIS PELA ELABORAÇÃO DO TERMO DE REFERÊNCIA

32.1. Em tempo, é oportuno mencionar que o Termo de Referência foi confeccionado com base no Estudo Técnico Preliminar desenvolvido pela Secretaria Municipal de Comunicação, e com base na Lei nº 14.133/2021, Lei nº 12.232/2010 e Decreto Municipal 5.618/2023, o que corrobora o compromisso com o planejamento nas contratações públicas por parte da Secretaria Requisitante.

Serra, 29 de setembro de 2025.

Andria Carla Nascimento Pesente

Matrícula 96.232

Comissão Temporária de Contratação de Bens e
Serviços Especiais

Janine Pereira Jacinto

Matrícula 38.874

Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços
Especiais

Jeovanio Lacerda Gusmão

Matrícula 97.747

Comissão Temporária de Contratação de Bens e
Serviços Especiais

Larissa Luciana Kapiche

Matrícula 79194

Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços
Especiais

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA****CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025****ANEXO I-B****BRIEFING – CONCORRÊNCIA PÚBLICA****I – CONTEXTO**

O município da Serra consolida-se como um dos principais polos econômicos e logísticos do Espírito Santo, sustentado por crescimento planejado, investimentos em mobilidade urbana, infraestrutura viária e inovação tecnológica.

Com aproximadamente 600 mil habitantes (IBGE), a Serra é o município mais populoso do Estado e apresenta trajetória consistente de fortalecimento fiscal. Nos últimos anos, ultrapassou Vitória em Produto Interno Bruto (PIB) e liderou o volume de investimentos públicos entre os 78 municípios capixabas. Somente no último ano, foram aplicados mais de R\$ 700 milhões em obras e ações estruturantes.

O município possui 553 km² de território e está oficialmente dividido em 129 bairros (Lei nº 4.514/2016), o que favorece políticas públicas adequadas às especificidades locais. Abriga polos industriais e logísticos relevantes (Civit I e II), com forte geração de empregos e atração de investimentos nacionais e internacionais.

Apesar do dinamismo econômico, ainda há desafios sociais significativos: desigualdade, acesso a saneamento básico, segurança pública e mobilidade urbana. Em algumas regiões, a vulnerabilidade social é elevada, exigindo políticas de inclusão e fortalecimento comunitário.

A Serra também se destaca pela diversidade cultural, com expressões como o congo, a culinária típica, o artesanato e manifestações religiosas, compondo uma identidade urbana plural.

A gestão municipal adota visão estratégica voltada à modernização dos serviços públicos, à promoção da cidadania e ao desenvolvimento sustentável. Nesse cenário, a comunicação pública é essencial: aproxima a administração da sociedade, informa com clareza, promove engajamento e fortalece a imagem da cidade como moderna, inclusiva e conectada aos desafios atuais.

II – PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

Embora os investimentos em infraestrutura sejam expressivos, pesquisas recentes apontam baixo nível de conhecimento da população sobre a **Terceira Ligação Viária da Serra com a capital capixaba**, projeto estratégico para a mobilidade urbana.

- Apenas 35% dos moradores conhecem os benefícios da obra.
 - Cerca de 60% desconhecem seu impacto positivo na redução do trânsito e valorização imobiliária.
- Esse cenário exige uma campanha clara, transparente e inclusiva, com objetivo de ampliar o conhecimento, esclarecer benefícios, corrigir desinformações e mobilizar o apoio da população

Informações importantes:

- O trajeto da Terceira Via terá início em Hélio Ferraz, contorna os bairros Manoel Plaza, São Geraldo, até Jardim Limoeiro, onde contorna a Avenida Norte Sul, passando por São Diogo, até Novo Horizonte. Todas as intervenções ocorrerão dentro dos limites territoriais da Serra. No link é possível utilizar as imagens disponíveis.

<https://www.serra.es.gov.br/noticias/projeto-da-terceira-via-entre-serra-e-vitoria-avanca-e-vai-impulsionar-desenvolvimento-urbano-e-economico-da-s#:~:text=Caracter%C3%ADsticas%20do%20projeto,proximidades%20do%20Shopping%20Mestre%20%C3%81lvoro>

- Com investimento estimado em mais de R\$ 240 milhões, a Terceira Via vai transformar a mobilidade urbana, encurtando o tempo de deslocamento e garantindo mais conforto e segurança para milhares de pessoas que enfrentam diariamente o trânsito da região.
- A extensão da Terceira Via é de 4,25 km. Serão três faixas de tráfego por sentido e ciclovias ao longo de sua extensão. Ela dará sequência ao binário de Jardim Limoeiro e irá interligar o corredor da Avenida Brasil em Novo Horizonte até as proximidades da divisa com a capital, no bairro Hélio Ferraz, contornando o Condomínio Rossi Arboretto, nas proximidades do Shopping Mestre Álvaro.



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

- Possui foco em mobilidade urbana e desenvolvimento regional, o projeto da Terceira Via entre Serra e Vitória já está finalizado, com empréstimo assinado pelo Novo Banco de Desenvolvimento (o Banco dos BRICS) e, em breve, será licitado.
- A obra tem previsão de 24 meses após o início da execução.

III – OBJETIVOS

Objetivo Geral

- Divulgar a Terceira Ligação Viária como solução estratégica para a mobilidade urbana e o desenvolvimento da Serra.
- Reforçar a imagem da gestão municipal como transparente e comprometida com o desenvolvimento sustentável.

Objetivos Específicos

- Ampliar o índice de conhecimento da população sobre o projeto.
- Reduzir dúvidas e percepções negativas relacionadas aos impactos da obra.
- Estimular o engajamento da população nos canais digitais oficiais.
- Garantir comunicação de ampla cobertura e frequência para alcance efetivo dos resultados.

IV – PÚBLICO-ALVO

- População em geral do município.
- Trabalhadores e empresários dos polos industriais e logísticos.
- Usuários das vias que integram a Terceira Ligação (motoristas, motociclistas, ciclistas, pedestres e usuários de transporte coletivo).
- Comerciantes e investidores locais.
- Líderes comunitários e representantes sociais.

V – DIRETRIZES CRIATIVAS

A comunicação deve ter um tom humanizado, transparente e otimista, com uma linguagem clara, acessível e livre de jargões técnicos, com ênfase em sustentabilidade, segurança e inovação, incluindo destaque para impactos positivos no cotidiano, tais como economia de tempo, segurança e qualidade de vida. Por meio de uma estratégia multiplataforma, a comunicação deve buscar uma abordagem inclusiva, valorizando a diversidade cultural e social do município.

VI – ORÇAMENTO REFERENCIAL

Valor de: R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais).

VII – ÁREA DE ABRANGÊNCIA

A campanha deverá ser irradiada para a Grande Vitória por onde também circula o público alvo da campanha.

VIII – PERÍODO DA CAMPANHA

- Duração: 30 dias.
- O mês de veiculação será definido pela agência licitante.

IX – ASSINATURA DA CAMPANHA

A campanha deverá ser assinada exclusivamente com o Brasão Oficial da Prefeitura da Serra. Pode ser encontrado no link: <https://www.serra.es.gov.br/pagina/simbolos-municipais-1683746399086>.

X – CANAIS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

- Site: www.serra.es.gov.br
- Facebook: @prefeituraserra
- Instagram: @prefeituraserra
- Twitter (X): @prefeituraserra



PREFEITURA MUNICIPAL DA

SERRA

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi assinado eletronicamente e pode ser acessado no endereço <https://prefeiturasempapel.serra.es.gov.br/autenticidade> utilizando o identificador 31003600380036003500320031003A00540052004100

Assinado eletronicamente por **FABÍOLA ZARDINI RIBEIRO** em 29/09/2025 16:35

Checksum: **44792781A3A9CC5FF68890CD296D8D38D90493FC10BAFA45E064EE0A7D247003**



PREFEITURA MUNICIPAL DA

SERRA

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025

ANEXO II

MODELO DE PROCURAÇÃO/CRENCIAMENTO

A empresa (razão social da licitante), com sede na Rua (endereço completo da licitante), na cidade de (nome da cidade), Estado de (nome do Estado), inscrita no CNPJ sob o nº (nº do CNPJ) neste ato representada pelo (a) Sr.(ª). (nome do representante legal da licitante), portador do RG nº (nº do RG do representante legal da licitante) e do CPF nº (nº do CPF do representante legal da licitante) nos termos de seu Estatuto Social, pela presente CREDENCIA O(A) Sr.(ª). (nome do representante credenciado pela licitante), portador do RG nº (nº do RG do representante credenciado pela licitante) e do CPF nº (nº do CPF do representante credenciado pela licitante) para representá-la na presente licitação, promovida pela Secretaria Municipal de Comunicação, OUTORGANDO-LHE plenos poderes para prestar esclarecimento, concordar, desistir, tomar deliberações, interpor recursos, renunciar ao direito de interpor recurso, renunciar ao recurso, negociar novas condições, assinar termos de compromisso, transigir, firmar recibos, assinar atas e outros documentos, acompanhar todo o processo licitatório até o seu final, tomar ciência das deliberações da Comissão Especial de Licitação, podendo para tanto, praticar todos os atos necessários à plena participação de nossa empresa na presente licitação e tudo o mais que se faça necessário para o bom e fiel cumprimento deste mandato.

Local e data.

Empresa

Assinatura do representante legal

Nome e função da pessoa que assina

Obs.: Esta declaração deverá ser impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelos representantes legais. Sua assinatura deverá estar devidamente reconhecida em cartório ou acompanhada de declaração de autenticidade por advogado, sob sua responsabilidade pessoal. e deverá juntar a comprovação dos poderes de representação do signatário. Será aceita escritura pública, desde que com mesmo conteúdo. Também serão aceitas procurações particulares firmadas eletronicamente.



PREFEITURA MUNICIPAL DA

SERRA

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025

ANEXO III

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE QUE TRATA O ART. 63, I,
DA LEI FEDERAL Nº 14.133/2021**

A empresa (razão social da licitante), com sede na Rua (endereço completo da licitante), na cidade de (nome da cidade), Estado de (nome do Estado), inscrita no CNPJ sob o nº (nº do CNPJ) neste ato representada pelo(a) Sr.(ª). (nome do representante legal da licitante), portador do RG nº (nº do RG do representante legal da licitante) e do CPF nº (nº do CPF do representante legal da licitante), em atendimento ao disposto no art. 63, I, da Lei Federal nº 14.133/2021, DECLARA, sob as penas da lei, que reúne as condições de habilitação exigida no edital de Concorrência Pública nº xxx/2025 da Secretaria Municipal de Comunicação, que tem por objetivo a contratação de agências de propaganda para a prestação de serviços de publicidade.

Local e data.

Empresa
Assinatura do representante legal
Nome função da pessoa que assina

Obs: Esta declaração deverá ser impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelo representante legal.

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA****CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025****ANEXO IV-A****MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO**

À

Comissão Especial de Licitação

Referente Concorrência nº 001 / 2025 – Secretaria Municipal de Comunicação

1. Preços sujeitos a valoração

1.1 Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

a) desconto, a ser concedido a Secretaria de Municipal de Comunicação, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Espírito Santo – SINAPRO/ES, referentes a peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.....% (.....por cento);

b) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965% (.....por cento);

c) honorários, a serem cobrados da Secretaria de Comunicação, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes aos serviços descritos nas alíneas abaixo:% (.....por cento);

i) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato; exceto no tocante a pesquisas de pré-teste.

ii) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

iii) à reimpressão de peças publicitárias.

d) honorários, a serem cobrados da Secretaria de Comunicação, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento).

1.2 Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

1.3 O prazo de validade desta Proposta de Preços é de () dias corridos, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no item/ou subitem xxxx do Edital.

2. Outras declarações

2.1 Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos, estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato (Anexo VII).

2.2 Estamos cientes de que o Prefeitura Municipal da Serra procederá à retenção de tributos e contribuições nas



PREFEITURA MUNICIPAL DA

SERRA

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

situações previstas em lei.

2.3 Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação, transferindo a Prefeitura Municipal da Serra todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei n.º 12.232/2010.

2.4 Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo da Prefeitura da Serra, nos termos da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo VII).

2.5 Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da concorrência

Local e Data

nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais

Obs.: Esta declaração deverá ser impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelo representante legal.

Obs. 2: Esta Declaração deverá ser apresentada juntamente com as Declarações dos Anexos IV-B e IV-C.

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA****CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025****ANEXO IV-B****DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA**

A empresa (razão social da licitante), com sede na Rua (endereço completo da licitante), na cidade de (nome da cidade), Estado de (nome do Estado), inscrita no CNPJ sob o nº (nº do CNPJ) neste ato representada pelo(a) Sr(a). (nome do representante legal da licitante), portador do RG nº (nº do RG do representante legal da licitante) e do CPF nº (nº do CPF do representante legal da licitante), para fins do disposto no item 12.4 do Edital da Concorrência Pública nº 001/2023 da Secretaria de Estado da Comunicação, direcionada para a Secretaria Municipal de Comunicação, DECLARA, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

a) a proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente (pela licitante), e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

a) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

b) c) não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;

c) o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação;

d) o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do/a (órgão/órgão responsável pela licitação) antes da abertura oficial das propostas; e

e) está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

Local e data

Empresa

Assinatura do representante legal

Nome função da pessoa que assina

Obs. 1: Esta declaração deverá ser impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelo representante legal.

Obs. 2: Esta Declaração deverá ser apresentada juntamente com a Proposta de Preços do Anexo IV-A.



PREFEITURA MUNICIPAL DA

SERRA

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025

ANEXO IV-C MODELO DE DECLARAÇÃO DE COMPROMISSO

A empresa (**razão social da licitante**), com sede na Rua (**endereço completo da licitante**), na cidade de (**nome da cidade**), Estado de (**nome do Estado**), inscrita no CNPJ sob o nº (**no do CNPJ**) neste ato representada pelo (a) Sr(a) (**nome do representante legal da licitante**), portador do RG no (**nº do RG do representante legal da licitante**) e do CPF nº (**nº do CPF do representante legal da licitante**), para fins do disposto no item (**VER EM QUE ITEM DO EDITAL ESTA**) do Edital da Concorrência Pública nº 001/2025 da Secretaria Municipal de Comunicação, DECLARA, sob as penas da lei que:

- a) compromete-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Secretaria Municipal de Comunicação as vantagens obtidas;
- b) que os tributos e a totalidade dos encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários incidentes sobre o contrato, serão de sua inteira responsabilidade, sendo também de sua inteira responsabilidade, os custos com transporte e seguro, quando for o caso;
- c) também se responsabiliza pelos encargos comerciais decorrentes da execução contratual e que respeitará os prazos contratuais referentes ao repasse de valores lhes confiados pela Administração contratante e devidos aos terceiros prestadores de serviços especializados e aos veículos de comunicação;
- d) está ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato constante do Anexo VII deste Edital;
- e) está ciente e de acordo com o disposto na Cláusula Décima Quinta da Minuta de Contrato constante do VIII deste Edital, que trata das sanções administrativas pelo descumprimento das obrigações assumidas.

Local e data

Empresa
Assinatura do Representante Legal
Nome e função da pessoa que assina

Obs. 1: Esta declaração deverá ser impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelo representante legal.

Obs. 2: Esta Declaração deverá ser apresentada juntamente com a Proposta de Preços do Anexo IV-A.

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025

ANEXO V

MODELO DE DECLARAÇÃO

(timbre ou identificação do licitante)

XXXXXXXX, inscrito no CNPJ n.º XXXXXXXX, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr.(a) XXXXXXXX, portador(a) da Carteira de Identidade n.º XXXXXXXX e do CPF n.º XXXXXXXX, **DECLARA**, para os devidos fins, que tem pleno conhecimento das regras contidas no edital de licitação e que possui as condições de habilitação previstas no edital, bem como:

1. INEXISTÊNCIA DE FATO IMPEDITIVO

Que não se enquadra em nenhuma das vedações contidas no art. 14 da Lei Federal n.º 14.133/2021, em especial:

1.1 Não mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;

1.2. Nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital, não foi condenado(a) judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista.

2. NÃO UTILIZAÇÃO DE MÃO DE OBRA DE MENORES

Que não utiliza a mão de obra direta ou indireta de menores de 18 (dezoito) anos para a realização de trabalhos noturnos, perigosos ou insalubres, bem como não utiliza, para qualquer trabalho, mão de obra direta ou indireta de menores de 16 (dezesseis) anos, exceto na condição de aprendiz a partir de 14 (quatorze) anos, conforme determina o art. 7º, inc. XXXIII da Constituição Federal.

3. DECLARAÇÃO DE ATENDIMENTO À POLÍTICA AMBIENTAL DE LICITAÇÃO SUSTENTÁVEL

Que atesta o atendimento à política pública ambiental de licitação sustentável, em especial que se responsabiliza integralmente com a logística reversa dos produtos, embalagens e serviços pós-consumo no limite da proporção que fornecerem ao poder público, assumindo a responsabilidade pela destinação final, ambientalmente adequada.

4. DECLARAÇÃO DE RESERVA DE CARGOS

Que para fins do disposto no inciso IV do art. 63 da Lei Federal n.º 14.133/2021, 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.

Local e data.

Nome do representante legal

Obs: Esta declaração deverá ser impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelo representante legal.



PREFEITURA MUNICIPAL DA

SERRA

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025

ANEXO VI

MODELO DA DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATOS SUPERVENIENTE

DECLARAÇÃO

A empresa (**razão social da licitante**), com sede na Rua (**endereço completo da licitante**), na cidade de (**nome da cidade**), Estado de (**nome do Estado**), inscrita no CNPJ sob o nº (**nº do CNPJ**) neste ato representada pelo(a) Sr(a). (**nome do representante legal da licitante**), portador do RG no (**no do RG do representante legal da licitante**) e do CPF nº (**nº do CPF do representante legal da licitante**), **DECLARA**, para fins de participação na Concorrência Pública nº 0012025 da Secretaria Municipal de Comunicação, sob as penas da lei que, que até a presente data inexistem fato(s) superveniente(s) impeditivo(s) para sua habilitação no presente processo licitatório, estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

Local e data.

Representante legal
Qualificação e
assinatura

Obs: Esta declaração deverá ser impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelo representante legal.



PREFEITURA MUNICIPAL DA

SERRA

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025

ANEXO VII

MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE
PUBLICIDADE QUE, ENTRE SI, FAZEM A
PREFEITURA MUNICIPAL DA SERRA, POR
INTERMÉDIO DO SECRETARIA DE
COMUNICAÇÃO, E A EMPRESA xxxxxx.

CONTRATO Nº XXXX / ANO

A **PREFEITURA MUNICIPAL DA SERRA**, por intermédio da **SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO**, inscrito no CNPJ nº....., sediado na Rua Maestro Antônio Cícero, CEP 29.176-100, Serra/ES, doravante designada **CONTRATANTE**, neste ato representado pelo Secretário de Comunicação, o Senhor (a) xxxxxx, nomeado pelo Decreto xxxx publicado no DIO em xx/xx/xxxx e a empresa, CNPJ nº....., estabelecida no....., doravante denominada **CONTRATADA**, neste ato representada por, conforme atos constitutivos da empresa, têm, entre si, acordado os termos deste contrato, objeto da Concorrência nº **001 /2025**, Processo nº 53.390/2024, mediante os termos e condições a seguir:

1. CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

- 1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232/2010, e, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965, e nº 14.133/2021.
- 1.2. Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato o Edital da Concorrência nº 001 2025, seus Anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços da **CONTRATADA**, os quais constituem parte deste instrumento.

2. CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO

2.1. Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias da **CONTRATANTE** junto a públicos de interesse.

2.1.1. Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:
a) o planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do presente contrato;

b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do presente contrato;

c) a produção de conteúdo, a criação e execução técnica de ações e peças de comunicação para canais digitais; e

d) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

2.1.1.1. A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

2.1.1.2. O estudo e o planejamento, previstos no subitem 2.1, objetivam subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

2.1.2. Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículo de divulgação.

2.2. A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1 e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.3. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta cláusula.

2.4. A CONTRATADA atuará de acordo com solicitação da CONTRATANTE, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame que deu origem a este contrato, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nesta Cláusula.

3. CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA

3.1. O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

3.1.1. A CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 107 da Lei nº 14.133/2021.

3.1.2. A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser efetuada pela CONTRATANTE.

4. CLÁUSULA QUARTA – VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1. O valor deste contrato, decorrente da Concorrência nº XX / 2025, que deu origem a este instrumento, está estimado em **R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

4.2. A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 consta da Lei Anual de Contratações - PAC, nas seguintes funcionais programáticas:

- **Classificação Funcional:** 04.131.0034.2.193
- **Natureza de Despesa:** 339039
- **Vínculo:** 1.500.000.0000
- **UG:** 20

4.3. Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato, serão consignadas nos próximos exercícios, no Plano Anual de Contratações -PAC, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.3.1. Na prorrogação, a CONTRATANTE poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a CONTRATADA, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução deste contrato.

4.3.2. A CONTRATANTE poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a CONTRATADA, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

4.4. A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

4.5. No interesse da CONTRATANTE, a CONTRATADA fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do presente contrato, conforme disposto nos arts. 125 e 126 da Lei nº 14.133/2021.

5. CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

5.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

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

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

5.1.3. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao CONTRATANTE.

5.1.4. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações e repassá-las à CONTRATANTE.

5.2. Pertencem à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

5.2.1. O disposto no subitem 5.2 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

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

5.4. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

5.5. O desrespeito ao disposto no subitem 5.4 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

5.6. A CONTRATANTE reserva-se o direito de solicitar informações à CONTRATADA sobre todos os planos de incentivo que lhes forem concedidos em decorrência deste contrato, bem como a demonstração de que o incentivo recebido não produziu ou estimulou veiculações contrárias ao interesse da Secretaria Municipal de Comunicação, para fins de conferir efetividade à norma contida neste contrato.

5.7. A CONTRATADA deve negociar sempre as melhores condições de preço, até os tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do CONTRATANTE.

5.8. A CONTRATADA deve observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao CONTRATANTE:

5.8.1. fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

5.8.2. somente apresentar cotações de preços de fornecedores, previamente cadastrados, junto ao Cadastro de Fornecedores, no Departamento de Administração de Materiais da Secretaria Municipal de Gestão e Planejamento, observado o disposto no art. 14 da Lei Federal nº 12.232/2010;

5.8.3. apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre integrantes do cadastro que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

5.8.4. exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

5.8.5. a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação do responsável pelas informações (nome completo, RG e e-mail);

5.8.6. não havendo, entre as empresas cadastradas, uma que possa atender a demanda, a CONTRATADA poderá contratar empresa não cadastrada mediante prévia e expressa justificativa, ficando a critério do CONTRATANTE a aceitação ou não.

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

5.10. O CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

5.11. Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, ao Gestor deste contrato.

5.12. Se e quando julgar conveniente, o CONTRATANTE poderá:

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

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

5.13. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

5.14. As disposições do item 5.8 a 5.12 não se aplicam à compra de mídia.

5.15. Submeter à contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência do CONTRATANTE.

5.15.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

5.15.1.1. um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

5.15.1.2. dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

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

5.17. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta do CONTRATANTE, se previamente o identificar e tiver sido por ele expressamente autorizada.

5.18. A autorização a que se refere o item precedente não exime a CONTRATADA de sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de comunicação e divulgação ou fornecedores especializados nos planejamentos de mídia e de formas inovadoras de comunicação publicitária por ela apresentados, para as ações a serem executadas durante a vigência deste contrato.

5.19. Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a CONTRATADA obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, com a Lei Geral de Proteção de Dados e demais leis que regulamentem a matéria, de forma a evitar ações publicitárias do CONTRATANTE em veículos de comunicação e divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.

5.20. Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a CONTRATADA também cuidará para que não sejam

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

incluídos, no planejamento de mídia, blogs, canais ou plataformas digitais, cujo programa ou conteúdo incite a violência, racismo, produza fake news, promova pornografia ou viole direitos fundamentais do cidadão.

5.21. Apresentar ao CONTRATANTE para autorização do plano de mídia e/ou do plano de novas formas de publicidade digital de cada ação ou campanha publicitária, o estudo e a relação dos meios, praças e veículos de comunicação, a partir relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente e sem custo adicional para a Secretaria Municipal de Comunicação ou, em casos excepcionais, a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei Federal nº 12.232/2010.

5.22 O estudo de que trata o item anterior deve levar em conta os meios, praças e veículos de comunicação e divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade do CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

5.23 Encaminhar, sempre que solicitado pelo CONTRATANTE durante a vigência do contrato, sem ônus para esta, cópias das peças produzidas, nos seguintes formatos:

5.23.1 TV e Cinema: uma cópia em pendrive e/ou arquivos digitais e relatório de exibição fornecido por empresa independente;

5.23.2 Internet: uma cópia em pendrive e/ou arquivos digitais que constituíram a campanha ou peça e relatórios do Google Analytics ou outra ferramenta equivalente;

5.23.3 Rádio: uma cópia em pendrive e/ou arquivos digitais e relatório de exibição fornecido por empresa independente;

5.23.4 Mídia impressa e material publicitário: uma cópia em pendrive, com arquivos nas versões aberta - com as fontes e imagens em alta resolução - e finalizada.

5.24 Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo pendrive e/ou arquivo digital.

5.25 Manter arquivo da propaganda do CONTRATANTE, em meio virtual, com as peças produzidas no decorrer da execução deste contrato, em ferramenta disponibilizada pela Secretaria de Municipal de comunicação.

5.26 O acesso ao arquivo virtual será feito exclusivamente pelas agências contratadas e a Secretaria Municipal de Comunicação, reservada a esta a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprovar.

5.27 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas e material aprovados pelo contratante.

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

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

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

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

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

5.33 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

5.34 Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome do



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização.

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

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

5.37 Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de atendimento de que trata o art. 4º e seu § 1º da Lei 12.232/2010.

5.38 Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

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

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

5.41 Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

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

5.43 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e o próprio CONTRATANTE.

5.44 Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE.

5.45 Responder perante o CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

5.46 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o CONTRATANTE.

5.47 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

5.48 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços por ela prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar o CONTRATANTE e de mantê-lo a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará ao CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

5.49 Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato e por ela prestados.

5.50 Preencher com os executores os valores contratados, nos Pedidos de Autorização de Veiculação e Divulgação - PADV, emitido pelo órgão.



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

5.51 Cumprir as obrigações relativas à reserva de cargos prevista em lei, bem como em outras normas específicas, para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz.

6. CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

6.1. Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- b) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- c) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, pela CONTRATADA;
- e) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- f) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.
- g) efetuar os pagamentos à CONTRATADA nas condições e preços pactuados.

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

6.3. A CONTRATANTE comunicará à CONTRATADA por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

7. CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

7.1. A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao solicitado ou especificado.

7.1.1. Será nomeado gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terá poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.

7.2. A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços objeto deste contrato.

7.3. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CONTRATANTE.

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

7.5. A autorização, pela CONTRATANTE, dos planos de mídia e dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

7.6. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

7.7. A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

7.8. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à CONTRATANTE.

7.9. À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.



**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

7.10. A CONTRATANTE avaliará, bimestralmente, os serviços prestados pela contratada.

7.10.1. A avaliação será considerada pela CONTRATANTE para: apurar a necessidade de solicitar da(s) CONTRATADA(S) correções que visem maior qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

7.10.2. Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao gestor ou fiscal deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

8. CLÁUSULA OITAVA – REMUNERAÇÃO

8.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta Cláusula.

8.1.1 Honorários de% (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peças e ou material cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, de que trata o item 9.1.

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

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

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

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

8.1.4.1. Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescidos o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.1.5.% (.....por cento), dos valores previstos na tabela referência de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Espírito Santo, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA.

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

8.3. A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Espírito Santo e com os preços correspondentes a serem cobrados do referida tabela.

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

8.5. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade.

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

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

8.7. As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas no interesse do CONTRATANTE, desde que haja consentimento expresso por parte da CONTRATADA, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato, o que deverá ser justificado.

9. CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1 Além da remuneração prevista nesta Cláusula, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência, calculado sobre os preços de tabela ou sobre os preços acertados para a veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois, a ser concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65 e com o art. 11 do Regulamento da Lei nº 4.680/65, aprovado pelo Decreto nº 57.690/66 e alterado pelo decreto nº 4.563/2002.

10. CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

10.1. Os direitos patrimoniais do autor das ideias, campanhas, peças e materiais publicitários concebidos pela CONTRATADA, por meio de seus empregados ou prepostos, em decorrência deste contrato passam a ser integralmente da CONTRATANTE, bem como os estudos, análises e planos vinculados a essas atividades.

10.1.1. A remuneração dos direitos patrimoniais mencionados no subitem precedente é considerada incluída nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

10.1.2. A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou por meio de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados e prepostos.

10.2. Com vistas às contratações relacionadas a bens e serviços especializados que envolvam direitos de autor e conexos, nos termos da Lei nº 9.610/1998, a CONTRATADA solicitará, dos fornecedores, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

10.2.1. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor dos bens e dos serviços especializados garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE, em cada caso, e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2.

10.2.1.1. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo **50%** (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.1.1.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.2. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela **CONTRATANTE** aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.2.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) ~~Coluna 7~~, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

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

10.4. A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE.

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

I- a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 05 (cinco) anos, contados da data do pagamento do bem ou do serviço especializado, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

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

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

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1. Para a liquidação e pagamento de despesas referentes a bens e serviços especializados, previamente autorizados pela CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

I- a correspondente nota fiscal que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da Secretaria de Comunicação, CNPJ nº 27.174.093/0030-61, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;

<nos casos em que obrigatória, deverá ser apresentada a Nota Fiscal Eletrônica (NF-e) ou Nota Fiscal de Serviços Eletrônica (NFS-e), conforme regime tributário aplicável à transação e fato gerador, e ao domicílio tributário da licitante, ou outro critério legalmente aceitável>

II- a cópia do documento fiscal do fornecedor de bens e de serviços especializados ou do veículo de divulgação;

<nos casos em que obrigatória, deverá ser apresentada a Nota Fiscal Eletrônica (NF-e) ou Nota Fiscal de Serviços Eletrônica (NFS-e), conforme regime tributário aplicável à transação e fato gerador, e ao domicílio tributário da licitante, ou outro critério legalmente aceitável>

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

IV- A Nota Fiscal deverá vir acompanhada da prova de regularidade perante:

- Certidão Conjunta Negativa de Débitos, relativos a tributos federais e à Dívida Ativa da União, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social;
- Prova de regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS);
- Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa;
- Prova de regularidade perante a Fazenda Estadual, onde for sediada a empresa e do estado do Espírito Santo quando a sede não for no estado;
- Prova de regularidade perante a Fazenda Municipal da sede do Licitante e do Município da Serra.

11.1.1. Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

11.1.2. O gestor ou fiscal deste contrato somente atestará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

11.1.3. As notas fiscais emitidas pela CONTRATADA devem ter em seu verso a seguinte declaração, assinada por funcionário da agência responsável pela documentação:

“Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos de divulgação, foram entregues/realizados conforme autorizados pela contratante, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução.”

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

I- execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1;

II- intermediação e supervisão, pela CONTRATADA, de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores:

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

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

IV- veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo de divulgação, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.5.

11.2.1. Na ocorrência de falha local em uma programação em rede nacional de mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso III do subitem anterior, a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.2. É da responsabilidade da CONTRATADA observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à CONTRATANTE.

11.2.2.1. Para pagamento das despesas com veiculação, constarão dos procedimentos de execução do contrato os documentos fiscais apresentados pela contratada, a demonstração do valor devido ao veículo, a sua tabela de preços, a indicação dos descontos negociados, os pedidos de inserção e, sempre que possível, relatório de checagem a cargo de empresa independente, nos termos do art. 15 da Lei nº 12.232, de 2010.

11.3. O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2.

11.4. Nos casos de veiculação no exterior, as condições de liquidação e pagamento serão adaptadas às praxes de cada país e deverão levar em conta as disposições dos subitens 9.2.1 e 9.2.1.1.

11.5. No tocante à veiculação, além do previsto no inciso III do subitem 11.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I- Revista: exemplar original;

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

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

11.5.1. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

a1) como alternativa ao procedimento previsto na alínea 'a', a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea 'a' deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas na alínea 'a' deste subitem;

a2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas 'a' e 'a1' deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

b) Mídia Exterior:

b1) Mídia *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b2) Mídia *Digital Out Off Home*: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos por amostragem de no mínimo **20%** (vinte por cento) dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha,

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3) Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3.1) Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 01 (um) minuto, de pelo menos **30%** (trinta por cento) do total de veículos de divulgação contratados. O vídeo deve conter imagens dos veículos de som, onde seja possível identificar nome da campanha, áudio da peça veiculada e local popular que comprove a cidade onde foi realizada a veiculação;

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça, dependendo do que constar na relação/estudo citados nos subitens 5.1.10 ou 5.1.11.

11.5.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 11.5.1 serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

11.6. Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da CONTRATADA, mediante consulta *on-line*, no *Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado* e no site do *Tribunal Superior do Trabalho*.

11.6.1. Se a CONTRATADA não estiver cadastrada no *Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado* ou se sua situação no sistema apresentar documentação obrigatória vencida, deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

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

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

11.8. No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será acrescido de encargos moratórios, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IPCA – Índice de Preços ao Consumidor Amplo, mediante aplicação da seguinte fórmula:

$AF = [(1 + IPCA/100)N/30 - 1] \times VP$, na qual:

AF: Atualização financeira;

IPCA: Percentual atribuído ao Índice de Preços ao Consumidor Amplo, com vigência a partir da data do adimplemento da etapa;

VP: Valor da etapa a ser paga, igual ao principal mais o reajuste;

N: Número de dias entre a data do adimplemento da etapa e a do efetivo pagamento.

11.8.1. Considera-se etapa, para fins do subitem 11.8 os serviços prestados pela CONTRATADA relativo aos bens e serviços especializados prestados por fornecedores e as contratações de espaços ou tempos publicitários, junto a veículos de divulgação.

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

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

11.10. Cabe à CONTRATADA efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

de divulgação em até 10 (dez) dias após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE, pela agência bancária pagadora.

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

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

11.10.2. O não cumprimento do disposto nos subitens 11.10 e 11.10.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

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

11.10.2.2. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.10.2, a CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de divulgação, conforme o caso.

11.10.2.3. Para preservar o direito dos fornecedores e veículos de divulgação em receber com regularidade pelos bens e serviços especializados prestados e pela venda de espaço ou tempo, a CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos de divulgação, em operações bancárias concomitantes.

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

11.11. A CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

11.12. Não é possível incluir índices de reajustamento no contrato, tendo em vista que o pagamento pelos serviços prestados pelas agências é realizado com base em tabelas preestabelecidas pelo SINAPRO/ES e vigentes na data da execução do serviço.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA DE EXECUÇÃO

12.1. A CONTRATADA, no prazo de 20 (vinte) dias, contados a partir da data de assinatura deste contrato, prestará garantia de cumprimento das obrigações contratuais, no valor correspondente a 5% (cinco por cento) do valor estimado para a execução dos serviços, conforme disposto no subitem 4.1 deste contrato.

12.1.1. Esse prazo poderá ser prorrogado por igual período, a juízo da CONTRATANTE, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas pela CONTRATADA.

12.1.2. A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa, nos termos do inciso III do subitem 13.5.1 da Cláusula Décima Terceira.

12.1.3. O atraso superior a 30 (trinta) dias corridos, após os prazos previstos nos subitens 12.1 e 12.1.1, autoriza a CONTRATANTE a promover a rescisão deste contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõem o art. 115, §6º da Lei nº 14.133/2021, sem prejuízo de outras sanções previstas na Lei e neste contrato.

12.2. Caberá à CONTRATADA escolher uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei nº 14.133/2021:

a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados por seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Economia;

b) seguro-garantia;

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

c) fiança bancária emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil.

12.3. Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal, conforme determina o art. 82 do Decreto nº 93.872/1986, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do art. 100 da Lei 14.133/2021.

12.4. Se a opção for pelo seguro-garantia:

a) a apólice indicará a CONTRATANTE como beneficiária e deve ser emitida por instituição autorizada pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) a operar no mercado securitário, que não se encontre sob regime de direção fiscal, intervenção, liquidação extrajudicial ou fiscalização especial e que não esteja cumprindo penalidade de suspensão Cimpsta pela autarquia;

b) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da CONTRATADA – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes;

c) a apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à CONTRATADA.

12.5. Se a opção for pela fiança bancária, o instrumento de fiança deve:

a) ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção da autarquia;

b) ter prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da CONTRATADA – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes;

c) ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à CONTRATANTE, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

d) ter renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro.

12.6. Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;

b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

12.7. A garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, assegurará o pagamento de:

I- prejuízos advindos do não cumprimento do objeto deste contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

II- prejuízos causados à CONTRATANTE ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução deste contrato;

III- multas moratórias e punitivas aplicadas pela CONTRATANTE à CONTRATADA; e

IV- obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela CONTRATADA.

12.7.1. A modalidade segura garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem 12.7.

12.8. Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da CONTRATANTE.

12.9. Sem prejuízo das sanções previstas em lei e neste contrato, a não prestação da garantia exigida implicará sua imediata rescisão.

12.10. Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.11. Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a CONTRATADA se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.12. Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei nº 14.133/2021.

12.13. O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 15

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

(quinze) dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

12.14. A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seu gestor ou fiscal, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

12.14.1. Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir.

12.15. A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a CONTRATANTE, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 12.2 deste contrato.

12.15.1. Aceita pela CONTRATANTE, substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1 Conforme estabelecido na Cláusula 27 do Termo de Referência.

14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO

14.1. O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos artigos 137 a 139 da Lei 14.133/2021.

14.1.1. Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a CONTRATADA:

- a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b) for envolvida em escândalo público e notório;
- c) quebrar o sigilo profissional;
- d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
- e) não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;
- f) der motivo à suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;
- g) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;
- h) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;
- i) não mantiver suas condições de habilitação e qualificação, incluída a comprovação da qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º da Lei nº 12.232/2010;
- j) deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.3, 11.10, 11.10.1 e 11.10.2.1.

14.1.2. Exceto quando se tratar de caso fortuito, força maior ou razões de interesse público, a rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, até o limite dos prejuízos causados à CONTRATANTE, ou a execução da garantia contratual, para ressarcimento dos valores das multas e indenizações a ele devidos.

14.1.2.1. Caso a retenção não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista no subitem 14.1.2, a CONTRATADA será notificada para, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, recolher o respectivo valor em agência bancária a ser indicada pela CONTRATANTE.

14.2. Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

14.2.1. A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

14.3. Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA, previstas no presente contrato.

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

14.4. Em caso de alteração das condições de habilitação jurídica da CONTRATADA, em razão de fusão, cisão, incorporação, associação, cessão ou transferência, total ou parcial, este contrato poderá ser ratificado e sub-rogado para a nova empresa, sem ônus para a CONTRATANTE, e com a concordância desta, com transferência de todas as obrigações aqui assumidas, independentemente de notificação judicial ou extrajudicial.

14.4.1. A CONTRATANTE se reserva o direito de continuar ou não com a execução deste contrato com a empresa resultante da alteração social.

14.4.2. Em caso de cisão, a CONTRATANTE poderá rescindir este contrato ou continuar sua execução, em relação ao prazo restante deste contrato, pela empresa que, entre as surgidas da cisão, melhor atenda às condições inicialmente pactuadas.

14.4.3. Em qualquer das hipóteses previstas no subitem 14.4, a ocorrência deverá ser formalmente comunicada à CONTRATANTE, anexando-se o documento comprobatório da alteração social, devidamente registrada.

14.4.3.1. A não apresentação do comprovante em até 05 (cinco) dias úteis após o registro da alteração social poderá implicar a aplicação das sanções previstas neste contrato e em lei.

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

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

15.2. É vedada a utilização, na execução dos serviços prestados pela CONTRATADA, de empregado que seja familiar de agente público ocupante de cargo em comissão ou função de confiança na CONTRATANTE, nos termos do art. 7º do Decreto nº 7.203/2010.

15.3. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial da União, a suas expensas, na forma prevista no parágrafo único do art. 89, §1º da Lei nº 14.133.

15.4. Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 14.133/2021, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

15.5. A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

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

15.6.1. As informações sobre valores pagos pelos bens e serviços especializados contratados serão divulgadas pelos totais destinados para cada tipo de fornecedor e para cada meio de comunicação.

16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – FORO

16.1. Fica eleita a Vara dos Efeitos da Fazenda Pública Municipal, Comarca da Serra. Para redimir quaisquer dúvidas ou contestação oriundas diretas ou indiretamente deste instrumento, renunciando-se expressamente a qualquer outro por mais privilegiado que seja.

Para firmeza e qualidade do pactuado o presente tem muito contato foi lembrado em duas vias de igual teor. Que por depois de lido e achado em ordem. Vai assinado pelos contratantes.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em 2 (duas) vias.

Serra, XX de XXXXXX de 2025.

<autoridade competente do órgão/entidade>

<representante legal da contratada>



PREFEITURA MUNICIPAL DA

SERRA

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025

ANEXO VIII

DECLARAÇÃO DE LGPD

XXXXXXXX, inscrito no CNPJ n.º XXXXXXXX, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr.(a) XXXXXXXX, portador(a) da Carteira de Identidade n.º XXXXXXXX e do CPF n.º XXXXXXXX, DECLARA, para os devidos fins, que tem pleno conhecimento das regras contidas no edital de licitação e que possui as condições de habilitação previstas no edital, bem como tem ciência de que:

1. Como condição para participar desta licitação e ser contratado(a), o(a) interessado(a) deve fornecer para a Administração Pública diversos dados pessoais, entre eles:
 - 1.1. aqueles inerentes a documentos de identificação;
 - 1.2. referentes a participações societárias;
 - 1.3. informações inseridas em contratos sociais;
 - 1.4. endereços físicos e eletrônicos;
 - 1.5. estado civil;
 - 1.6. eventuais informações sobre cônjuges;
 - 1.7. relações de parentesco;
 - 1.8. número de telefone;
 - 1.9. sanções administrativas que esteja cumprindo perante a Administração Pública;
 - 1.10. informações sobre eventuais condenações no plano criminal ou por improbidade administrativa; dentre outros necessários à contratação.
2. Essas informações constarão do processo administrativo e serão objeto de tratamento por parte da Administração Pública.
3. O tratamento dos dados pessoais relacionados aos processos de contratação se presume válido, legítimo e, portanto, juridicamente adequado.

Local e data

Representante Legal



PREFEITURA MUNICIPAL DA

SERRA

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

Serra, 29 de setembro de 2025.

Larissa Luciana Kapiche

Matrícula 79194

Comissão Temporária de Contratação de Bens e Serviços Especiais