



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



**TOMADA DE PREÇO**  
**TOMADA DE PREÇO n° 013/2021**

**PROCESSO LICITATÓRIO:** 2021.03.01.002

**MODALIDADE:** TOMADA DE PREÇO n° 013/2021

**TIPO DE LICITAÇÃO:** TÉCNICA E PREÇO

**FORMA:** EXECUÇÃO INDIRETA

**REGIME DE EXECUÇÃO:** EMPREITADA POR PREÇO GLOBAL

**OBJETO:** CONTRATAÇÃO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, OBEDIENTE A LEI 12.232/10, SENDO COMPREENDIDO COMO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRALMENTE COM A FINALIDADE O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, PARA ATENDIMENTO AS DIVERSAS UNIDADES ADMINISTRATIVAS DO MUNICÍPIO DE MILAGRES

**VALOR:** R\$ 535.000,00 (quinhentos e trinta e cinco mil reais)

**ÓRGÃO:** PREFEITURA MUNICIPAL DE MILAGRES

**INTERESSADO:** Secretaria de Administração e Finanças, Secretaria de Saúde, Secretaria de Educação, Secretaria de Assistência Social.

**DATA:** 07 de Maio de 2021

**HORA:** 09h:00min

**LOCAL:** RUA HELENA MENDONÇA FIGUEIREDO, 200, CENTRO, MILAGRES, ESTADO DO CEARÁ

**EMAIL:** milagresceara@outlook.com



## GLOSSÁRIO

**I. AÇÃO PUBLICITÁRIA:** o conjunto dos serviços executados internamente pela agência contratada e dos serviços por ela intermediados junto a fornecedores e a veículos de divulgação, referente a peça e ou material publicitário, mediante demanda do anunciante, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral;

**II. AGÊNCIA:** a empresa de propaganda especializada na arte e na técnica publicitárias, que, com a colaboração de técnicos e especialistas, estuda, planeja, conceitua, concebe, cria, executa internamente, intermedeia e supervisiona a execução externa e distribui publicidade;

**III. ANUNCIANTE / CONTRATANTE:** o órgão ou a entidade que realize licitação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência e ou que seja signatário de contrato dessa espécie de serviços;

**IV. ATIVIDADES COMPLEMENTARES:** as atividades referentes à execução de serviços especializados prestados por fornecedores, a saber: a) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação e sobre: a) os resultados das campanhas realizadas; b) a produção técnica das peças e projetos publicitários criados; c) a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

**V. BRIEFING:** o documento elaborado pelo anunciante no qual são registradas, de forma clara, precisa e objetiva, as informações necessárias e suficientes para a elaboração de proposta pela licitante, na licitação;

**VI. CADASTRO DE FORNECEDORES:** o cadastro de pessoas físicas ou jurídicas aptas a fornecer serviços especializados à contratada, relacionados com as atividades complementares referentes à execução do objeto do contrato;

**VII. CAMPANHA:** o conjunto coordenado de peças e ou material de publicidade criados e produzidos para veiculação, exposição e ou distribuição, conforme o caso;

**VIII. CONTRATADA:** a agência ou o consórcio de agências contratado para prestar os serviços de publicidade;

**IX. CONTRATO:** o instrumento firmado entre órgão ou entidade e agência ou consórcio de agências, para a prestação de serviços de publicidade;

**X. CPL:** Comissão Permanente de Licitação responsável pela realização e julgamento do certame licitatório;



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



**XI. DISTRIBUIÇÃO:** a) O modo, indicado pela licitante, como deve ser feita a veiculação, exposição e ou distribuição das peças e ou material integrante de sua proposta; b) O encaminhamento de peças e ou material, pelo anunciante ou pela contratada, a públicos de interesse; c) A referência genérica feita a procedimentos adotadas pela contratada para que peças ou material cheguem a veículos de divulgação.

**XII. INSTITUIÇÃO:** a Prefeitura Municipal de MILAGRES;

**XIII. MÍDIA:** o conjunto dos meios e dos veículos de divulgação;

**XIV. NÃO MÍDIA:** os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de comunicação para a transmissão de mensagens publicitárias;

**XV. PEÇA E MATERIAL PUBLICITÁRIO:** os elementos isolados de comunicação publicitária ou integrantes de uma campanha;

**XVI. SERVIÇOS DE PUBLICIDADE:** o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

**XVII. SUBCOMISSÃO TÉCNICA:** a subcomissão especialmente selecionada pelo anunciante, mediante sorteio, com a função de analisar e julgar as propostas técnicas apresentadas na licitação;

**XVIII. TOMADA DE PREÇO:** é a modalidade de licitação entre interessados devidamente cadastrados ou que atenderem a todas as condições exigidas para cadastramento até o terceiro dia anterior à data do recebimento das propostas, observada a necessária qualificação, com ampla publicidade pelo órgão oficial e pela imprensa particular;

**XIX. VEICULAÇÃO:** a transmissão de mensagens publicitárias por veículo de divulgação.

Constituem parte integrante deste certame, independente de transcrição, os seguintes anexos:

- a) Anexo I – Briefing;
- b) Anexo II - Modelo de Procuração;
- c) Anexo III - Modelo de Declaração de Idoneidade;
- d) Anexo IV–A - Proposta de Preços Sujeitos a Valoração;
- e) Anexo IV–B - Declaração de Elaboração Independente de Proposta;
- f) Anexo IV–C - Declaração de Compromisso;
- g) Anexo V - Minuta de Contrato;
- h) Anexo VI - Modelo de Declaração de Regularidade no MTE – art. 7º, XXXIII, da CF;
- i) Anexo VII - Modelo de Declaração de Inexistência de Fato Superveniente;
- j) Anexo VIII - Modelo de Declaração de sujeição às condições estabelecidas no Edital;
- k) Anexo IX – Modelo de planilha de julgamento pela Subcomissão Técnica;
- l) Anexo X – Tabela em vigência do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará.



## EDITAL DE LICITAÇÃO

### 1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

**1.1 A PREFEITURA MUNICIPAL DE MILAGRES**, Estado do Ceará, por intermédio da COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO, nomeada pela Portaria nº 025/2021-GP, de 04/01/2021, torna público para conhecimento dos(as) interessados(as) que realizará licitação na modalidade **TOMADA DE PREÇO**, do tipo técnica e preço, sob a forma de execução indireta, em regime de empreitada por preço global, visando a contratação de uma agência de propaganda para atendimento do objeto deste edital, de interesse DA PREFEITURA MUNICIPAL DE MILAGRES.

### 2. DA BASE LEGAL, NORMAS E ESPECIFICAÇÕES

**2.1** A presente Tomada de Preços reger-se-á de acordo com os termos e condições estabelecidas neste edital, observados os preceitos do §1º do art. 37 da Constituição Federal de 1988, em conformidade com a Lei nº 12.232, de 29/04/2010, e aplicação complementar da Lei nº 8.666, de 21/06/1993; da Lei nº 4.680, de 18/06/1965; da Lei Complementar nº 123, de 14/12/2006; do Decreto nº 57.690, de 01/02/1966; do Decreto nº 4.563, de 31/12/2002; e do Decreto nº 9.412, de 18/06/2018, alterações posteriores, demais legislações cabíveis, e, no que couber, de acordo com as normas do CENP - Conselho Executivo das Normas Padrão.

### 3. OBJETO

**3.1** Constitui objeto da presente licitação a **CONTRATAÇÃO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, OBEDIENTE A LEI 12.232/10, SENDO COMPREENDIDO COMO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRALMENTE COM A FINALIDADE O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, PARA ATENDIMENTO AS DIVERSAS UNIDADES ADMINISTRATIVAS DO MUNICÍPIO DE MILAGRES.**

**3.1.1** Integram ainda o objeto, as atividades complementares, como os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada;
- c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.
- d) o acompanhamento e orientação da comunicação institucional, assessoria e gerenciamento permanente de comunicação e marketing da Prefeitura Municipal de MILAGRES e suas secretarias interessadas.

**3.1.1.1** As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 3.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;







c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada à inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

**3.1.2** É vedado incluir outros serviços não previstos no subitem 3.1.1, em especial as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

**3.1.2.1** Não se inclui no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

**3.2** Para a prestação dos serviços será contratada **01 (uma) agência de propaganda**, doravante denominada agência, licitante ou contratada, conforme justificativa técnica, nos termos do §3º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010.

**3.2.1** Os serviços objeto da presente **TOMADA DE PREÇO nº 013/2021** serão contratados com a agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de atendimento, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

**3.2.2** A agência atuará por ordem e conta da ANUNCIANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 3.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

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

#### **4. DO RECEBIMENTO E ABERTURA DOS INVÓLUCROS E DA SESSÃO**

**4.1** A sessão inaugural será realizada em, **07 de Maio de 2021**, às **09h:00min**, na, **Rua Helena Mendonça Figueiredo, 200 - Centro - MILAGRES-CE**, data, horário e local onde serão recebidos os invólucros com a Proposta Técnica e Proposta de Preços:

**4.1.1** Caso não haja expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente, no mesmo local e horário.

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

**4.1.3** Os licitantes que desejarem enviar os invólucros via **CORREIO**, deverão enviar 01 (um) único invólucro **LACRADO** contendo dentro os outros 03 (três) **invólucros LACRADOS** com a documentação referente a - Habilitação (um invólucro), Proposta Técnica (um invólucro) e a Proposta de Preços (um invólucro). A Comissão de Licitação **não se responsabilizará se os mesmos não chegarem a tempo hábil** para a abertura do certame.

**4.1.4** O invólucro de nº 05, contendo os documentos de Habilitação, será recebido e aberto em dia, local e horário a serem designados pela CPL.

**4.1.5** Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário local.

**4.1.6** A inversão dos documentos no interior dos invólucros, como por exemplo, a colocação da Proposta de Preços no invólucro dos Documentos de Habilitação, ou Proposta Técnica em outro invólucro acarretará a exclusão sumária da proponente no certame.

#### **4.2 RETIRADA DO EDITAL**

**4.2.1** O Edital e seus anexos encontram integralmente disponíveis para conhecimento por meio dos endereços eletrônicos portal de Transparência do Município de Milagres sítio



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



<https://www.milagres.ce.gov.br/licitacao.php#> ou no sítio do Tribunal de Contas do Estado do Ceará (TCE) <https://licitacoes.tce.ce.gov.br/index.php/licitacao/abertas>.

## 5. DO ACESSO A INFORMAÇÕES

5.1 Sem prejuízo das publicações necessárias, qualquer alteração, modificação ou informação referente ao edital em questão estarão disponíveis no endereço eletrônico <https://licitacoes.tce.ce.gov.br/index.php/licitacao/abertas> e <https://www.milagres.ce.gov.br/licitacao.php#>, no link "licitações", sendo de inteira responsabilidade dos interessados acompanhar eventual publicação de informações prestadas pelo Município sobre esta TOMADA DE PREÇO, inclusive antes da entrega das Propostas, não cabendo aos mesmos alegar desconhecimento.

## 6. DOS REQUERIMENTOS DE ESCLARECIMENTOS

6.1 Quaisquer esclarecimentos sobre esta TOMADA DE PREÇO serão prestados mediante recebimento de pedidos por escrito, protocolados até 5 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas, na sede da CPL, localizada na Rua Helena Mendonça Figueiredo, 200 - Centro - MILAGRES-CE, de segunda a sexta-feira, em dias úteis, no horário de expediente de 08h00min. às 12h00min.

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

6.1.2 A CPL dará conhecimento das perguntas e respostas às demais licitantes e ao público em geral, respondendo exclusivamente por meio da divulgação na internet, no endereço eletrônico <https://licitacoes.tce.ce.gov.br/index.php/licitacao/abertas> e <https://www.milagres.ce.gov.br/licitacao.php#>, sem informar a identidade da licitante consulente.

6.1.3 Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço eletrônico para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre esclarecimentos referentes a este Edital.

## 7. DAS IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1 Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar o presente edital por irregularidade na aplicação da Lei Geral de Licitações, devendo protocolar o pedido até 5 (cinco) dias úteis antes da data fixada para a abertura dos invólucros de habilitação, devendo a Administração julgar e responder à impugnação em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 1º do art. 113 da Lei nº 8.666/93.

7.2 Decairá do direito de impugnar os termos do edital de licitação perante a administração o licitante que não o fizer até o 2º (segundo) dia útil que anteceder a abertura dos invólucros de habilitação, as falhas ou irregularidades que viciariam esse edital, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso.

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

b). Somente serão aceitas solicitações de esclarecimentos, providências ou impugnações mediante petição confeccionada em máquina datilográfica ou impressora eletrônica, em tinta não lavável, que preencham os seguintes requisitos:

c). O endereçamento à(o) Presidente(a) da Prefeitura de Milagres;

d). Identificação precisa e completa do autor e seu representante legal (acompanhado dos documentos comprobatórios) se for o caso, contendo o nome, prenome, estado civil, profissão,



- domicílio, número do documento de identifica o, devidamente datada, assinada e protocolada na sede da(o) Presidente(o) da Prefeitura de Milagres, dentro do prazo editalício;
- e). O fato e o fundamento jurídico de seu pedido, indicando quais os itens ou sub itens discutidos;
- f). O pedido, com suas especifica es;
- g). A resposta do Município de Milagres - CE, será disponibilizada a todas os interessados mediante afixa o de cópia da íntegra do ato proferido pela administra o no flanelógrafo da(o) Presidente(o) da Prefeitura de Milagres, bem como encaminhado por e-mail a sociedade simples ou unipessoal de advocacia impugnante bem como anexado ao divulgado no site Portal de Licita o – TCE - <http://municipios.tce.ce.gov.br/licitacoes> e constituirá aditamento a estas Instru es.
- h). O aditamento prevalecerá sempre em rela o ao que for aditado.
- i). Acolhida a peti o de impugna o contra o ato convocatório que importe em modifica o dos termos do edital será designada nova data para a realiza o do certame, exceto quando, inquestionavelmente, a altera o n  afetar a formula o das propostas/habilita o.
- j). Qualquer modifica o neste edital será divulgada pela mesma forma que se deu ao texto original, exceto quando, inquestionavelmente, a altera o n  afetar a formula o das propostas.
- 7.3.** Todas as impugna es deverão ser encaminhadas somente para o e-mail oficial: [milagresceara@outlook.com](mailto:milagresceara@outlook.com). No sentido de mitigar a propaga o da pandemia, garantindo maior segurança a todos os presentes nas sessões presenciais.

## **8. DOS CRITÉRIOS DE PARTICIPA O:**

- 8.1. Poderá participar do presente certame licitatório **peessoa jurídica na condi o de agência de propaganda**, com habilita o compatível para com o objeto devidamente cadastrada na prefeitura de Milagres ou não cadastrada, que atender a todas as condi es exigidas para cadastramento até o terceiro dia anterior   data do recebimento das propostas, que seja especializada e credenciada no ramo do objeto da licita o, e que satisfaça a todas as exigências do presente edital, especifica es e normas, de acordo com os anexos relacionados, partes integrantes deste edital, observados os necessários requisitos de habilita o jurídica, regularidade fiscal, qualifica o técnica e econ mico-financeira.
- 8.2. As empresas estrangeiras estabelecidas no Brasil que desejarem participar do processo licitatório deverão atender a todas as exigências do Edital mediante documentos equivalentes, provando, ainda, que det m autoriza o do Governo Federal para instala o e funcionamento no Brasil, além de observar o Código Civil Brasileiro.
- 8.3. A participacão no presente certame implica na aceita o plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condi es constantes deste edital e de seus anexos, bem como na observância dos preceitos legais e regulamentares, em vigor, e na responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informa es e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.
- 8.3.2. São poderá apresentar ou solicitar quaisquer documentos, manifestar-se ou representar qualquer empresa licitante no presente certame, representante legal habilitado, devendo apresentar os seguintes documentos:
- I - documento oficial de identidade;
- II - **PROCURA O POR INSTRUMENTO PÚBLICO OU PARTICULAR** (acompanhado com os atos constitutivos da pessoa jurídica, ata de sua elei o, contrato social, requerimento de empresário individual, etc, nos quais estejam expressos poderes para o outorgante exercer direitos e assumir obriga es em decorrência de tal investidura). A procura o deverá indicar outorga de poderes para, na forma da lei, representar a licitante e praticar os atos a que se destinam, interpor recursos



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES

Estado do Ceará

*Trabalho que faz a diferença*



administrativos, apresentar documentos de habilita o e proposta de preços, assinar ata e os demais fins pertinentes ao certame, em nome da licitante, poderes para, na forma da lei, e praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, em nome da licitante. **OBS: não serão aceitas procura es (públicas ou particulares) com prazo de validade acima de 01 (um) ano civil, a contar da data da sua emissão.**

8.3.3. Caso o representante seja sócio da empresa licitante com poderes de representa o, sócio-gerente, diretor do licitante ou titular de firma individual, deverão ser apresentados juntamente com o documento de identidade, documentos que comprovem tal condi o (atos constitutivos da pessoa jurídica, ata de sua elei o, etc), nos quais estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obriga es em decorrência de tal investidura.

8.3.4. Na ocasião da Habilita o, as microempresas e empresas de pequeno porte poderão participar desta licita o em condi es diferenciadas, na forma prescrita na Lei Complementar n  123, de 14 de dezembro de 2006, devendo para isso, DECLARAR, para fins legais, sob as penas da lei, que cumprem os requisitos legais para qualifica o como microempresa ou empresa de pequeno porte nas condi es do Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, instituído pela Lei Complementar n  123, de 14 de dezembro de 2006, em especial quanto ao seu art. 3 , OU apresentar a declara o expedida pela Junta Comercial, nos termos do art. 8  da IN 103/2007 do DNRC – Departamento Nacional de Registro no Comércio, que estão aptas a usufruir do tratamento favorecido nos seus artigos 42 a 49 e que não se enquadram nas situa es relacionadas no  4  do artigo 3  da citada Lei complementar, sob pena de assim não fazer, não poder usufruir dos benefícios concedidos pela referida lei.

8.3.4.1. Devendo apresentar em anexo a esta declara o, prevista no item 8.3.4 a **Certidão Simplificada da Junta Comercial**, com data não superior a 30 (trinta) dias da data de abertura do certame, da sede a pessoa jurídica (quando se trata de ME e EPP).

8.4. A licitante assume todos os custos de elabora o e apresenta o das Propostas e Documentos de Habilita o exigidos neste certame, ressalvado que a Prefeitura Municipal de Milagres não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condu o ou do resultado do processo licitatório.

## **8.2. DAS CONDI ES DE PARTICIPA O DURANTE AS SESSÕES PUBLICAS PRESENCIAIS:**

8.2.1. Conforme Decreto Estadual n  33.575 de 06 de maio de 2020, que trata das regras de isolamento social, s  poderão adentrar no Setor de Licita es / Sala de Sessões, os representantes (licitantes) que estiverem fazendo o uso de máscara de prote o. O não uso por parte do representante não resultará em exclusão do certame, no entanto o mesmo deverá apenas entregar os invólucros de Habilita o/Proposta de Preços, preenchendo protocolo apropriado e não permanecer no ambiente da sessão de julgamento.

8.2.2. Para todos os presentes, será organiza o do ambiente da sessão de julgamento com afastamento mínimo de 1 (um) a 2 (dois) metros de distância entre os presentes.

8.2.3. Necessário observar que não se trata aqui de invasão às competências dos órgãos de vigilância sanitária, mas tão-somente de recomenda es às unidades administrativas e comissão de licita o no sentido de mitigar a propaga o da pandemia, garantindo maior segurança a todos os presentes nas sessões presenciais (inclusive eventuais cidadãos), estimular a participa o de empresas interessadas no certame, oferecendo-lhes um ambiente adequado de disputa, e salvaguardar os agentes de compras. (texto retirado do OFÍCIO N  6347/2020/GAB-CE/CEARÁ/CGU).



## **9 DAS RESTRIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

### **9.1- RESTRIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO:**

9.1.1- Não poderá participar empresa declarada inidônea ou cumprindo pena de suspensão, que lhes tenham sido aplicadas, por força da Lei nº 8.666/93 e suas alterações posteriores;

- a) Pessoas jurídicas que tenham sido declaradas inidôneas por ato do poder público ou que estejam impedidas de licitar, ou contratar com a administração pública, ou com qualquer de seus órgãos descentralizados, quais sejam:
  - I. Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS;
  - II. Cadastro Integrado de Condenações por Ilícitos Administrativos – CADICON;
  - III. Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF;
  - IV. Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa do Conselho Nacional de Justiça – CNJ.
- b) Cumprindo penalidade de suspensão temporária imposta pela Prefeitura Municipal de Milagres - CE;
- c) Estejam sob falência, concordata, dissolução ou liquidação, fusão, cisão ou de incorporação;
- d) Reunidos sob forma de consórcio;
- e) Mantendo qualquer tipo de vínculo profissional com servidor ou dirigente de órgão ou entidade contratante ou responsável pela licitação;
- f) Autor do projeto básico ou executivo, pessoa física ou jurídica;
- g) De empresas cujos sócios ou diretores pertençam, simultaneamente, a mais de uma firma licitante;
- h) Que seja sociedade estrangeira não autorizada a funcionar no País;
- i) De licitantes que estiverem enquadradas, no que couberem, ao disposto no artigo 9º, seus incisos e parágrafos, da Lei Federal nº 8.666/93 e suas posteriores atualizações;

9.1.1.1- Para averiguação do disposto contido no item “3.1.1. a)” acima, as licitantes apresentarão junto aos documentos exigido na habilitação, consulta impressa através da Consulta Consolidada da Pessoa Jurídica, emitido via internet no sítio do <https://certidoes-apf.apps.tcu.gov.br/>, para comprovação ou não se a empresa sofre sanção da qual decorra como efeito restrição ao direito de participar em licitações ou de celebrar contratos com a Administração Pública. Ou tal consulta poderá ser realizada pela Comissão Permanente de Licitação, quanto da análise dos documentos de habilitação.

9.1.2- Não poderá participar empresa não enquadrada na condição de agência de propaganda.

9.1.3- Quando um(a) dos(as) sócio(a)s representantes ou responsável(eis) técnicos(as) da licitante participar de mais de uma empresa especializada no objeto desta Licitação, somente uma delas poderá participar do certame licitatório. Caso não seja feito a escolha pelo sócio representante ou responsável técnico ambas serão excluídas do certame.

9.1.4 - É vedado ao servidor dos órgãos e/ou entidades da Administração Pública Municipal de Milagres - CE, Autarquias, Empresas Públicas ou Fundações, instituídas ou mantidas pelo Poder Público Municipal de Milagres - CE, participar como licitante, direta ou indiretamente por si, por interposta pessoa, dos procedimentos desta Licitação;

9.1.5 O licitante considerado descredenciado ou não apto a participar do certame, poderá assistir ao processo licitatório, não podendo, entretanto, manifestar-se verbalmente durante a sessão.

9.1.6 Os documentos de credenciamento, com a respectiva cédula de identidade ou documento equivalente com foto, deverão ser apresentados EXTRA E FORA DOS INVÓLUCROS de Proposta Técnica, Proposta de Preço ou Documentos de Habilitação.



9.1.7 Os documentos de credenciamento serão retidos pela Comissão Permanente de Licitação e juntados ao processo licitatório.

**9.2. JUSTIFICATIVA vedação a participação de consórcio:**

9.2.1. A vedação à participações de interessadas que se apresentem constituídas sob a forma de consórcio se justifica na medida em que nas contratações de serviços comuns ao objeto, perfeitamente pertinente e compatível para empresas atuantes do ramo licitado, é bastante comum a participação de empresas de pequeno e médio porte, às quais, em sua maioria, apresentam o mínimo exigido no tocante à qualificação técnica e econômico-financeira, condições suficientes para a execução de contratos dessa natureza, o que não tornará restrito o universo de possíveis licitantes individuais. A ausência de consórcio não trará prejuízos à competitividade do certame, visto que, em regra, a formação de consórcios é admitida quando o objeto a ser licitado envolve questões de alta complexidade ou de relevante vulto, em que empresas, isoladamente, não teriam condições de suprir os requisitos de habilitação do edital. Nestes casos, a Administração, com vistas a aumentar o número de participantes, admite a formação de consórcio.

9.2.2. Tendo em vista que é prerrogativa do Poder Público, na condição de contratante, a escolha da participação, ou não, de empresas constituídas sob a forma de consórcio, com as devidas justificativas, conforme se depreende da literalidade do texto da Lei nº 8.666/93, que em seu artigo 33 que atribui à Administração a prerrogativa de admissão de consórcios em licitações por ela promovidas, pelos motivos já expostos, conclui-se que a vedação de constituição de empresas em consórcio, para o caso concreto, é o que melhor atende o interesse público, por prestigiar os princípios da competitividade, economicidade e moralidade.

9.2.3. Ressalte-se que a decisão com relação à vedação à participação de consórcios, expressa no item 9.1.1. "d" do Edital Tomada de Preços nº 011/2021-TP, para o caso concreto em análise, visa exatamente afastar a restrição à competição, na medida que a reunião de empresas que, individualmente, poderiam prestar os serviços, reduziria o número de licitantes e poderia, eventualmente, proporcionar a formação de conluíus/cartéis para manipular os preços nas licitações.

**10. DA ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA**

10.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à CPL acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3, nos termos deste Edital.

10.1.1 **Invólucro nº 1:** O invólucro nº 1 deverá ser apresentado nos termos dispostos nos subitens seguintes.

10.1.1.1 No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via NÃO Identificada**, de que tratam os subitens 12.2 e 12.3 deste Edital.

10.1.1.1 Só será aceito o **Plano de Comunicação Publicitária – Via NÃO Identificada** que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela CPL.

10.1.1.2 O invólucro padronizado para a apresentação da Proposta Técnica – Invólucro nº 1 deverá ser retirado pela interessada até um dia útil antes da data programada para a sessão de abertura, na sede da CPL, localizada na Rua Helena Mendonça Figueiredo - Centro - MILAGRES-CE, de segunda a sexta-feira, em dias úteis, no horário de expediente de 08h00min. às 12h00min.

10.1.1.4 O invólucro nº 01, padronizado para a apresentação da Proposta Técnica, será entregue à agência mediante solicitação por escrito, assinada por representante legal da empresa.

10.1.1.5 O Invólucro nº 1 deverá ser entregue pela proponente somente com o fechamento próprio do invólucro mediante aplicação de cola branca na aba de abertura e apenas nela, sem qualquer outra forma de lacre, assinatura, rubrica ou qualquer identificação que não seja a disposta neste Edital.



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



**10.1.1.6** Para preservar – até a abertura do Invólucro n  2 – o sigilo quanto   autoria do **Plano de Comunica o Publicitária**, o Invólucro n  1 não poderá: a) ter nenhuma identifica o; b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identifica o da licitante; c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identifica o da licitante.

**10.1.2 Invólucro n  2:** O invólucro n  2 deverá ser apresentado nos termos dispostos nos subitens seguintes.

**10.1.2.1** No Invólucro n  2 deverá estar acondicionado o **Plano de Comunica o Publicitária – Via Identificada**, de que trata o subitem 11.4.

**10.1.2.2** O Invólucro n  2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identifica o:

**INVÓLUCRO N  2**

**Proposta Técnica: Plano de Comunica o Publicitária – Via Identificada**

**Nome empresarial e CNPJ da licitante**

**TOMADA DE PREÇO N  011/2021-TP**

**10.1.2.3** O Invólucro n  2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informa o de que trata, até sua abertura.

**10.1.3 Invólucro n  3:** O invólucro n  3 deverá ser apresentado nos termos dispostos nos subitens seguintes.

**10.1.3.1** No Invólucro n  3 deverão estar acondicionados a **Capacidade de Atendimento**, o **Repertório** e os **Relatos de Solu o de Problemas de Comunica o**, de que tratam os subitens 11.5 a 11.10.

**10.1.3.1.1** Não há restri o para o tipo de papel e gramatura usado nos cadernos do Invólucro n  3.

**10.1.3.2** O Invólucro n  3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identifica o:

**INVÓLUCRO N  3**

**Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solu o de Problemas de Comunica o**

**Nome empresarial e CNPJ da licitante**

**TOMADA DE PREÇO N  011/2021-TP**

**10.1.3.3** O Invólucro n  3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informa o de que trata, até sua abertura.

**10.1.3.4** O Invólucro n  3 não poderá ter informa o, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do **Plano de Comunica o Publicitária – Via Não Identificada** e que possibilite a identifica o da autoria deste antes da abertura do Invólucro n  2.

**11. DA ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS – INVÓLUCRO N  4**

**11.1** A Proposta de Preços deverá ser entregue   CPL acondicionada no Invólucro n  4.

**11.1.1** O Invólucro n  4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identifica o:

**INVÓLUCRO N  4**

**Proposta de Preços**

**Nome empresarial e CNPJ da licitante**





## TOMADA DE PREÇO Nº 011/2021-TP

**11.1.2** O Invólucro nº 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

## 12. DA APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

- a) Plano de Comunicação Publicitária:**
  - a.1)** Raciocínio Básico;
  - a.2)** Estratégia de Comunicação Publicitária;
  - a.3)** Ideia criativa;
  - a.4)** Estratégia de Mídia e Não Mídia.
- b) Capacidade de Atendimento;**
- c) Repertório;**
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.**

**12.1.1** A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, conforme segue:

**12.2. Plano de Comunicação Publicitária – Via NÃO Identificada** deverá ser apresentado da seguinte forma:

- a) Em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
- b) Margens de 2 cm na direita, esquerda, superior e inferior, a partir da borda;
- c) Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- d) Com textos justificados;
- e) Com espaçamento “simples” entre todas as linhas do documento, sem espaçamentos entre títulos, subtítulos e/ou subitens;
- f) Títulos, subtítulos e/ou subitens do documento devem ser lançados na linha imediatamente posterior ao do subitem anterior, respeitando-se todas as determinações do item 12.2;
- g) Com texto e numeração de páginas em fonte “arial”, estilo “normal”, cor “automático”, tamanho “12 pontos”, observado o disposto nos subitens 12.2.1, 12.2.3 e 12.2.3.1;
- h) Sem uso de “negrito” em nenhuma parte do documento;
- i) Sem uso de palavras ou frases em caixa-alta em nenhuma parte do documento;
- j) Com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, em algarismos arábicos, a partir da primeira página interna (página 2), no canto inferior direito da página, dentro da margem estipulada no item “b”;
- l) Em caderno único, perfurado, preso com espiral preto colocado à esquerda;
- m) Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco;
- n) Sem identificação da licitante;

**12.2.1** Os itens elencados no dispositivo 12.2 devem ser seguidos à risca, sob pena de desclassificação por descumprimento de regra editalícia que visa a preservar o sigilo do Invólucro nº 1.





GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



**12.2.2** Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e ou tabelas, observadas as seguintes regras:

- a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) os dados ou informações dos quadros ou tabelas devem ser editados na fonte "arial", estilo "normal", cor "automático", tamanho "10 pontos";
- c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas poderão ser apresentados em papel A3 dobrado (apenas uma dobra sem sobra para fora do caderno). Neste caso, para fins do limite previsto no subitem 12.2.7, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

**12.2.3** As especificações do subitem 12.2.2 aplicam-se à indicação prevista no subitem 12.3.3.3.2.

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

**12.2.5** Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto "Ideia Criativa" serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 12.2, em um outro caderno único e com espiral preto colocado à esquerda, com capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco e sem numeração de páginas.

**12.2.5.1** Os exemplos de que trata o subitem anterior devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas dos subitens 10.1.1.5 e 20.2.1 e no subitem 20.2.1.1, todos deste Edital.

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

**12.2.7** Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea "a" do subitem 12.3.3 estão limitados, no conjunto, a 8 (oito) páginas, ficando desde já alertado que o licitante que ultrapassar esse limite será desclassificado do certame.

**12.2.8** Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe à licitante atentar especialmente para o disposto na alínea do subitem 10.1.1.5, no subitem 12.2.5.1, na alínea "c" do subitem 20.2.1 e no subitem 20.2.1.1, todos deste Edital.

**12.2.9** Para fins desta TOMADA DE PREÇO, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

**12.2.10** Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite previsto no subitem 12.2.7 e devem seguir as especificações do subitem 12.2, no que couber.

**12.3** 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 *Briefing* constante no Anexo I deste Edital, observadas as seguintes disposições:

**12.3.1 Raciocínio Básico:** apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Poder Executivo do Município de MILAGRES referentes ao *briefing* proposto, sua compreensão sobre o problema objeto do *briefing* e os desafios de comunicação a serem enfrentados, relativos ao problema de comunicação proposto.

**12.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária:** apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o problema específico de comunicação a ser enfrentado e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo Poder Executivo do Município de MILAGRES, compreendendo:



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

**12.3.3 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 subitem 12.3.2, com comentários sobre cada peça e ou material, destacando-se que a não apresentação da relação solicitada e/ou dos comentários sobre cada peça caracteriza descumprimento de regra editalícia e leva à desclassificação da licitante;
- b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do problema específico de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

**12.3.3.1** Os comentários mencionados na alínea "a" do subitem 12.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas esperadas de cada peça e ou material.

**12.3.3.2** Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado "fisicamente", conforme estabelecido na alínea "b" do subitem 12.3.3 e na alínea "a" do subitem 12.3.3.3, a relação prevista na alínea "a" do subitem 12.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos, sendo um para as peças e/ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

**12.3.3.3** Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea "b" do subitem 12.3.3:

- a) estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, ficando desde já alertado que o licitante que ultrapassar esse limite será desclassificado do certame;
- b) podem ser apresentados sob a forma de:
  - b.1) roteiro, leiaute ou *story-board* impressos, para qualquer meio;
  - b.2) protótipo ou "monstro", para rádio e internet;
  - b.3) *story-board* animado ou *animatic*, para TV e cinema.

c) podem ser ambientados nos meios aos quais serão veiculados (por exemplo, *layout* de um outdoor aplicado em uma tabuleta de outdoor, banner de internet aplicado em uma tela de computador, etc.)

**12.3.3.3.1** Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas "fisicamente", até o limite de que trata a alínea "a" do subitem 12.3.3.3, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) anúncio composto de páginas sequenciais será considerado uma peça;
- d) anúncio para *tablets* e dispositivos similares com mais de uma página será considerado uma peça;
- e) adesivagem de *fingers* e similares será considerada uma peça;
- f) um *hotsite* e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
- g) um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- h) um banner e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- i) um *hotsite* cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça.



**12.3.3.3.2** Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta - exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, internet - destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea "a" do subitem 12.3.3.

**12.3.3.3.3** Os *story-boards* animados ou *animatics* e os protótipos poderão ser apresentados em CD, CD-Rom, DVD-Rom, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

**12.3.3.3.4** As peças para a internet poderão ser produzidas em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

**12.3.3.3.5** As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou passe-partout, observado o disposto no subitem 12.2.5.1. peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

**12.3.4** A Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser constituída de:

a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no *Briefing* (item 9) sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

**12.3.4.1** Todas as peças e material que integrem a relação comentada prevista na alínea "a" do subitem 12.3.3 deverão constar de tal simulação.

**12.3.4.2** Da 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.

**12.3.4.3** Na referida 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, ficando desde já alertado que o licitante que apresentar preços em desconformidade com o disposto nesta alínea será desclassificado do certame;

a.1) Podem ser incluídos na Estratégia de Mídia e Não Mídia os veículos que trabalhem com leilão de mídia (buscadores e redes sociais, por exemplo);

a.2) Orçamentos de influenciadores não tabelados deverão ser computados como natureza Mídia.

b) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores, ficando desde já alertado que o licitante que apresentar preços em desconformidade com o disposto nesta alínea será desclassificado do certame.

c) o licitante que ultrapassar o valor determinado para execução do *briefing* será desclassificado do certame por quebra da isonomia entre os participantes.



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

**12.4.1** Fica a critério das licitantes as capas a serem aplicadas nos cadernos que compõem as vias identificadas (Capacidade de atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação).

**12.5 Capacidade de Atendimento:** A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte "arial", tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna (página 02), rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**12.5.1** Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 12.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

**12.5.2** Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 12.5 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

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

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

b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido – contendo, no mínimo, nome, formação e experiência – dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de: a) um na área de atendimento; b) um na área de planejamento; c) um na área de criação; d) um na área de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica; e) um na área de mídia.

*c.1) Deve haver no mínimo um profissional relacionado para cada uma dessas cinco áreas, não podendo o mesmo profissional responder por mais de uma área solicitada, ficando desde já alertado que o licitante que apresentar a relação em desconformidade com o disposto nesta alínea será desclassificado do certame;*

d) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

e) a sistemática de atendimento e discriminar 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;

f) 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 Poder Executivo do Município de MILAGRES, sem ônus adicionais, na vigência do contrato, pois o custo desses serviços já está contemplado no orçamento total da licitação.

**12.6.1** O Poder Executivo do Município de MILAGRES se reserva ao direito de solicitar, durante a execução do contrato, o instrumento de contratação do instituto de pesquisa, observada a categoria da agência registrada no CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão.



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



**12.7 Repertório:** 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 (página 02), rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**12.7.1** Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado (apenas uma dobra sem sobra para fora do caderno), que será computada como 1 (uma) página.

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

**12.7.3** Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

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

**12.8.1** A licitante deverá apresentar 06 (seis) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

**12.8.1.1** As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos, exclusivamente, a partir de 1º de janeiro de 2014.

**12.8.1.2** As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou PenDrive.

**12.8.1.3** As peças gráficas deverão integrar o caderno específico previsto no subitem 12.7, em papel A4 ou A3 dobrado e numeradas seguindo a ordem do caderno. Deverá também ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

**12.8.1.4** Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 12.8.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea "c" do subitem 13.3.1.

**12.8.1.5** Podem ser apresentadas peças produzidas para pessoas jurídicas da administração pública municipal, estadual, federal ou da iniciativa privada, com exceção de trabalhos solicitados, aprovados e/ou veiculados para a Prefeitura de MILAGRES.

**12.8.2** 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, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

**12.8.3** As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pela Prefeitura de MILAGRES, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

**12.9 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:** 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 (página 02), rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



**12.9.1** Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 12.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 12.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

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

**12.10** A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritos quais eram os problemas de comunicação e as soluções bem-sucedidas planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

**12.10.1** As propostas de que trata o subitem 12.10 devem ter sido implementadas, exclusivamente, a partir de 1º de janeiro de 2014.

**12.10.2** Se a licitante apresentar 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista na alínea “d” do subitem 13.3.1.

**12.10.3.** Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes, ficando desde já alertado que o licitante que apresentar relatos sem o devido referendo do cliente será desclassificado do certame.

**12.10.3.1** A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

**12.10.4** É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato, sendo que, se incluídas:

**12.10.4.1** as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou Pen Drive;

**12.10.4.2** as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 12.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente, sendo que, em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

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

**12.10.4.4** o licitante que ultrapassar o número de peças e/ou material disposto no item 12.10.4 será desclassificado do certame;

### **13. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

**13.1** A Subcomissão Técnica prevista no subitem 19.2 deste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

**13.2** Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito abaixo elencados:

**13.2.1 Plano de Comunicação Publicitária (valor 105 pontos):** o Plano de Comunicação Publicitária compreende os seguintes quesitos:

**13.2.1.1 Raciocínio Básico (valor 15 pontos):** entende-se por Raciocínio Básico para fins desta licitação a acuidade de compreensão:

a) diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Poder Executivo do Município de MILAGRES referente ao briefing proposto (5 pontos);

b) compreensão do proponente sobre o problema de comunicação proposto (5 pontos);



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



c) desafios de comunica o a serem enfrentados relativos ao problema de comunica o proposto (5 pontos);

**13.2.1.2 Estratégia de Comunica o Publicitária (30 pontos):** entende-se por Estratégia de Comunica o Publicitária para fins desta licita o:

a) a adequa o do partido temático e do conceito propostos   natureza e   qualifica o do Poder Executivo do Município de MILAGRES e a seu problema específico de comunica o (5 pontos);

b) a consistência lógica e a pertinência da argumenta o apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto (5 pontos);

c) a consistência lógica e a pertinência da argumenta o apresentada em defesa da estratégia de comunica o publicitária proposta (5 pontos);

d) a adequa o e a exequibilidade da estratégia de comunica o publicitária proposta para a soluço do problema específico de comunica o do Poder Executivo do Município de MILAGRES (5 pontos);

e) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Poder Executivo do Município de MILAGRES, o mercado no qual se insere, seu problema específico de comunica o, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível (5 pontos);

f) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunica o do Poder Executivo de MILAGRES com seus públicos.

**13.2.1.3 Ideia Criativa (35 pontos):** entende-se por Ideia Criativa para fins desta licita o:

a) sua adequa o ao problema específico de comunica o do Poder Executivo do Município de MILAGRES(5 pontos);

b) sua adequa o   estratégia de comunica o publicitária sugerida pela licitante (5 pontos);

c) sua adequa o ao universo cultural dos segmentos de público-alvo (5 pontos);

d) a originalidade da combina o dos elementos que a constituem (5 pontos);

e) sua pertinência às atividades do Poder Executivo do Município de MILAGRES e   sua inser o nos contextos social, político e econ mico (5 pontos);

f) a exequibilidade das peças e ou do material (5 pontos);

g) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos (5 pontos).

**13.2.1.4 Estratégia de Média e Não M dia (25 pontos):** entende-se por Estratégia de Média e Não M dia para fins desta licita o:

a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunica o dos segmentos de público prioritários (5 pontos);

b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos (5 pontos);

c) a consistência do plano simulado de distribu o das peças e ou do material em rela o às duas alíneas anteriores (5 pontos);

d) a consistência demonstrada no uso dos recursos de comunica o próprios do Poder Executivo do Município de MILAGRES(5 pontos);

e) a economicidade da aplica o da verba de m dia, evidenciada no plano simulado de distribu o das peças e ou do material (5 pontos);

**13.2.1.5 O desenvolvimento de Plano de Comunica o Publicitária que atente contra o disposto no artigo 37, parágrafo 1 , da Constitui o Federal levará   desclassifica o da licitante.**

**13.2.2 Capacidade de Atendimento (25 pontos):** entende-se por Capacidade de Atendimento para fins desta licita o:

a) o porte e a tradi o dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (5 pontos);





GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



- b) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do Poder Executivo do Município de MILAGRES(5 pontos);
- c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (5 pontos);
- d) a operacionalidade do relacionamento entre o Poder Executivo do Município de MILAGRES e a licitante, esquematizado na proposta (5 pontos);
- e) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Poder Executivo do Município de MILAGRES, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (5 pontos).

**13.2.3 Repertório (15 pontos): entende-se por Repertório para fins desta licitação:**

- a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (5 pontos);
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (5 pontos);
- c) a clareza da exposição das informações prestadas (5 pontos).

**13.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (15 pontos): entende-se por Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação para fins desta licitação:**

- a) a evidência de planejamento publicitário (5 pontos);
- b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (5 pontos);
- c) a relevância dos resultados apresentados (5 pontos);

**13.3 A Nota da Proposta Técnica - NPT será apurada segundo a metodologia definida nos subitens subsequentes.**

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

a) Plano de Comunicação Publicitária: 105 (cento e cinco), sendo:

- a.1) Raciocínio Básico: 15 (quinze);
- a.2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 30 (trinta);
- a.3) Ideia Criativa: 35 (trinta e cinco);
- a.4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 25 (vinte e cinco).

b) Capacidade de Atendimento: 25 (vinte e cinco);

c) Repertório: 15 (quinze);

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 15 (quinze).

**13.3.2** A pontuação final do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos obtidos de cada membro da Subcomissão Técnica, sendo apresentada até a segunda casa decimal.

**13.3.2.1** Os avaliadores pontuarão cada subquesito, de acordo com a tabela apresentada no Anexo III, marcando um "X" na coluna respectiva à nota que atribui a cada subquesito em valores inteiros (0, 1, 2, 3, 4, 5) e justificando no espaço determinado o motivo/motivação da nota atribuída.

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

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





GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



**13.3.3** A Nota da Proposta Técnica – Índice Técnico será obtida pela aplicação da fórmula  $IT = PTL/MPT$  onde:

**IT** = Índice técnico

**PTL** = Pontuação Técnica da Licitante (máximo de 160 pontos)

**MPT** = Maior Pontuação Técnica dentre as licitantes (máximo de 160 pontos)

**13.3.3.1** A pontuação técnica de cada licitante (PTL) será obtida pela soma das médias das pontuações atribuídas pela subcomissão técnica em cada quesito, com a aplicação da seguinte fórmula:  $PTL = Ppc + Pca + Prp + Prel$ , onde:

**PTL** = Pontuação Técnica da Licitante

**Ppc** = Pontuação obtida pelo Plano de Comunicação Publicitária (máximo de 105 pontos)

**Pca** = Pontuação obtida pela Capacidade de Atendimento (máximo de 25 pontos)

**Prp** = Pontuação obtida pelo Repertório (máximo de 15 pontos)

**Prel** = Pontuação obtida pelos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (máximo de 15 pontos)

**13.3.4** Para cada subquesto avaliado, cada julgador deverá usar a tabela disposta no Anexo VII, onde constará:

Nome do Quesito	0	1	2	3	4	5
Descrição do subquesto						

**13.3.4.1** Abaixo de cada descrição do subquesto haverá espaço para o julgador justificar a nota atribuída, devendo discriminar as razões que embasaram a avaliação, trazendo à luz do julgamento os motivos baseados nas informações e/ou trabalhos apresentados pelos proponentes.

**13.4** Será desclassificada a Proposta:

a) que não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos, levando-se em consideração o disposto nos itens 20.1.3, 20.1.3.1 e 32.7 nos casos em que os descumprimentos não tenham previsão expressa de desclassificação e que não afetem a isonomia entre os participantes;

b) cuja PTL não alcançar 100 (cem) pontos;

c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquestos a que se referem os subitens 13.2.1.1 a 13.2.1.4 e 13.2.2. a 13.2.4.

## 14. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

**14.1** A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

a) apresentada em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;

b) datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 14.2, 14.3 e 14.4, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;

c) elaborada em três documentos distintos, descritos nos subitens 14.2, 14.3 e 14.4, respectivamente Anexos IV–A, Anexos IV–B e Anexos IV–C.

**14.2A** licitante deverá apresentar Proposta de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do modelo do Anexo IV–A deste Edital.



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



**14.3A** 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.

**14.3.1** A Declaração do subitem 14.4 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 aparenta.

**14.4** 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 AS SECRETARIAS as vantagens obtidas;
- b) informará que os tributos e a totalidade dos encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários e comerciais incidentes sobre o contrato, serão de sua inteira responsabilidade, sendo também de sua inteira responsabilidade, os custos com transporte e seguro;
- c) Informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato (Anexo V);
- d) informará estar ciente e de acordo com o disposto na Cláusula Décima Terceira da minuta de contrato, constante do V deste Edital.

**14.5** Os percentuais e/ou 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.

## 15. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

**15.1** 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.

**15.2** Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar percentuais e/ou preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

**15.3** Os quesitos a serem valorados são os integrantes do Modelo que constitui o Anexo VI-A deste Edital, ressalvado que **NÃO** será aceito:

- a) Desconto inferior a 30% (trinta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará - SINAPRO, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;
- b) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;
- c) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- d) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

**15.4 O Índice de Preços (IP)** atingirá no máximo **160 (cento e sessenta) pontos** e será apurado conforme a metodologia especificada nos subitens seguintes.

**15.4.1** A CPL calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES

Estado do Ceará

Trabalho que faz a diferença



Quesitos - Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre valor fixo mensal (fee) previstos na alínea "a" do subitem 15.3	$P1 = 1,00 \times \text{Desconto}$
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea "b" do subitem 15.3	$P2 = 1,00 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea "c" do subitem 15.3	$P3 = 2,50 \times (05,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea "d" do subitem 15.3	$P4 = 3,75 \times (10,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea "e" do subitem 15.3	$P5 = 5,00 \times (10,0 - \text{Honorários})$
Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos "desconto" e "honorários" serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes da Planilha de Preços Sujeitos a Valoração do licitante, sem o símbolo "%".	

**15.4.2** O Índice de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 15.4.1, como segue:  $IP = P1 + P2 + P3 + P4 + P5$

**15.4.2.1** Se houver divergência entre o valor em algarismos e o valor por extenso, constantes da planilha que constitui o Anexo VI deste Edital, prevalecerá o valor por extenso.

## 16. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

**16.1** O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços desta TOMADA DE PREÇO será feito de acordo com o rito previsto na Lei Federal nº 8.666/1993 para o tipo técnica e preço.

**16.2** A Pontuação Final (PF) será calculada com duas casas decimais e obtida pela seguinte fórmula:  $PF = (IT \times PT) + (IP \times PP)$  onde:

- a) PF = Pontuação Final
- b) IT = Índice Técnico
- c) PT = Peso Técnico
- d) IP = Índice de Preços
- e) PP = Peso de Preços

**16.2.1** Dada a natureza intelectual dos serviços de publicidade, o Peso Técnico (PT) e o Peso de Preços (PP) deverão ser, respectivamente, 6 (seis) e 4 (quatro), ficando a fórmula da Pontuação Final como segue:  $PF = (IT \times 6) + (IP \times 4)$

**16.3** Se, após a apuração das notas houver empate que impeça a identificação automática da licitante mais bem classificada, será classificada a agência que obtiver a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, constantes do subitens 13.2.1, 13.2.2, 13.2.4 e 13.2.5, respectivamente.

**16.3.1.** Se, após adotada a regra do subitem 16.3, persistir o empate, o desempate será feito por sorteio, a ser realizado em ato público marcado pela CPL, cuja data será divulgada na forma do item 22 deste Edital, e para o qual serão convidadas todas as licitantes.



## 17. ENTREGA E FORMA DE APRESENTA O DOS DOCUMENTOS DE HABILITA O

17.1 Os documentos de Habilita o deverão ser entregues   CPL apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, em dia, hora e local previstos na convoca o da sessão a ser realizada para esse fim.

17.1.1 Os documentos deverão estar acondicionados no Invólucro n  5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identifica o:

**INVÓLUCRO N  5**  
**Documentos de Habilita o**  
**Nome empresarial e CNPJ da licitante**  
**TOMADA DE PREÇO N  011/2021-TP**

17.1.2 O Invólucro n  5 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informa es de que trata, até sua abertura.

17.1.3 Os documentos de Habilita o deverão ser acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados, alternativamente: em original, em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publica o em órgão da imprensa oficial ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela CPL, no ato da abertura dos documentos de Habilita o. S  serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condi es de análise por parte da CPL.

17.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documenta o na forma prevista nos subitens 17.2.1 a 17.4.

17.2.1 A **HABILITA O JURÍDICA** deverá ser comprovada com os seguintes documentos:

- a) cédula de identidade de todos os responsáveis legais, sócios e dirigentes da licitante;
  - a.1) São considerados documento oficial de identidade as carteiras expedidas pelos Comandos Militares, pelas Secretarias de Segurança, pelos Corpos de Bombeiros, pelas Polícias Militares, pelos  rg os Fiscalizadores de exercício profissional (Ordens, e Conselhos) Carteira de Identidade (RG), Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS), Carteira de órgão ou Conselho de Classe (OAB/ CRM/ CRP), Certificado Militar, Carteira Nacional de Habilita o (CNH), Passaporte, Carteiras expedidas por órgão público que por Lei Federal tenham f  pública e valem como identidade.
- b) registro comercial, em caso de empresa individual;
- c) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrado e acompanhado de documentos de elei o de seus administradores, quando se tratar de sociedades por a es;
  - c.1) os documentos mencionados na alínea "c" deverão estar acompanhados de suas altera es ou da respectiva consolida o;
  - c.2) não será aceita, como capaz de substituir tais documentos, a certidão simplificada de arquivamento na Junta Comercial;
- d) inscri o do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
  - d.1) não será aceita certidão simplificada de arquivamento no cartório de Registros de Pessoas Jurídicas;



e) decreto de autoriza o, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e o ato de registro ou autoriza o para funcionamento expedido pelo  rgo competente, quando a atividade assim exigir.

**17.2.2 A REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA** deverá ser comprovada com os seguintes documentos:

- a) **CERTIFICADO DE REGISTRO CADASTRAL (CRC)** desta Prefeitura Municipal de Milagres, dentro do prazo de validade, guardada a conformidade do objeto da licita o (art. 22, II,   2  da lei 8.666/92);
- b) prova de inscri o no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;
- c) A comprova o de REGULARIDADE para com a Fazenda Federal deverá ser feita através da Certidão de regularidade de Débitos relativos a Créditos Tributários Federais e   D vida Ativa da União (CND), emitidas pela Receita Federal do Brasil na forma da Portaria Conjunta RFB/PGFN n  1.751, de 2 de outubro de 2014;
- d) A comprova o de REGULARIDADE para com a Fazenda Estadual deverá ser feita através de Certidão Negativa de Débitos inscritos na D vida Ativa Estadual;
- e) A comprova o de REGULARIDADE para com a Fazenda Municipal deverá ser feita através de Certidão Negativa de Débitos inscritos na D vida Ativa Municipal.
- f) Prova de situa o regular perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, através de Certificado de Regularidade – CRF;
- g) Prova de inscri o no Cadastro Municipal de Contribuintes (ISS), relativo ao domicílio ou sede da proponente, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da licita o;
- h) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a justiça do trabalho, mediante a apresenta o de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolida o das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei n  5.452, de 1  de maio de 1943.

OBS: Caso não seja declarado o prazo de validade da certidão previstas nesse t pico (Regularidade Fiscal e Trabalhista) em seu contexto, será considerada o prazo de 30 (trinta) dias da sua emissão. Para efeito de sua validade.

**17.2.2.1** Será considerada como regular a situa o quando estiver suspensa a exigibilidade.

**17.2.3 A QUALIFICA O TÉCNICA** deverá ser comprovada com os seguintes documentos:

- a) **Comprova o de experiência** na execu o de objeto de mesmo caráter e de igual complexidade ou superior, por meio de um ou mais "Atestados" e/ou "Certidões" fornecido(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado em nome da Agencia de Propaganda ou do seu sócio/t tular;
  - a.1) Os atestados ou certidões deverão ser fornecidos pelos respectivos tomadores dos serviços ou seus representantes na estrutura ou  rgo emissor específico, e deverão ainda conter:
    1. Nome e CNPJ e endereço da entidade atestante;
    2. Nome Cargo/Fun o do representante da entidade atestante com a assinatura reconhecida em cartório, e em caso de cópia, autenticada;
    3. Identifica o da licitante contratada pela entidade;
    4. Data da emissão do atestado;
- b) certificado de qualifica o técnica de funcionamento de que trata o   1 , do art. 4 , da Lei n  12.232/2010, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, autenticado, ou, se emitido por via eletrônica, sujeito   confirma o no sítio eletrônico do CENP.



#### **17.2.4 RELATIVA À QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:**

17.2.4.1 Balanço patrimonial e demonstrações contábeis (DRE) do último exercício fiscal, já exigíveis e apresentados na forma da lei, devidamente registrado na junta comercial da sede da licitante, acompanhado dos termos de abertura e de encerramento do Livro Diário - estes termos devidamente registrados na Junta Comercial – constando ainda, no balanço, o número do Livro Diário e das folhas nos quais se acha transcrito, que comprovem a boa situação financeira da empresa, com vistas aos compromissos que terá de assumir caso lhe seja adjudicado o objeto licitado, devidamente assinado pelo contador responsável, sendo vedada sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 03 (três) meses da data de apresentação da proposta;

17.2.4.2. Serão considerados como na forma da Lei, o Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis assim apresentados:

a) Sociedades empresariais em geral: registrados ou autenticados na Junta Comercial da sede ou domicílio da Licitante, acompanhados de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído.

b) Sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº. 6.404/76: registrados ou autenticados na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante; ou publicados na imprensa oficial da União, ou do Estado, ou do Distrito Federal conforme o lugar em que esteja situada a sede da companhia; ou, ainda, em jornal de grande circulação editado na localidade em que está a sede da companhia;

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

d) As empresas constituídas há menos de um ano: apresentarão deverão apresentar demonstrativo do Balanço de Abertura, devidamente registrados ou autenticados na Junta Comercial do domicílio da Licitante, acompanhado dos termos de abertura e de encerramento do Livro Diário - estes termos devidamente registrados na Junta Comercial assinado pelo sócio-gerente ou diretor e pelo contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade.

17.2.4.3. Entende-se que a expressão “na forma da lei” constante no item 4.2.6.1, no mínimo: balanço patrimonial e DRE, registro na Junta Comercial ou órgão competente, termos de abertura e encerramento).

17.2.4.4. As cópias deverão ser originárias do Livro Diário devidamente formalizado e registrado.

17.2.4.5. A empresa optante pelo Sistema Público de Escrituração Digital - SPED poderá apresentá-lo na forma da lei.

17.2.4.6. Entende-se que a expressão “na forma da lei” constante no item 17.2.4.5 engloba, no mínimo:

a) Balanço Patrimonial;

b) DRE – Demonstração do Resultado do Exercício;

c) Termos de abertura e de encerramento do Livro Diário;

d) Recibo de entrega de escrituração contábil digital; (Para efeito o que determina o Art. 2º do Decreto Nº 9.555, de 6 de novembro de 2018);

OBS¹: A autenticação de livros contábeis das pessoas jurídicas não sujeitas ao Registro do Comércio, poderá ser feita pelo Sistema Público de Escrituração Digital - Sped, instituído pelo Decreto nº 6.022, de 22 de janeiro de 2007, por meio da apresentação de escrituração contábil digital, na forma estabelecida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil do Ministério da Fazenda. (Art. 1º do Decreto Nº 9.555, de 6 de novembro de 2018).

17.2.4.7. As cópias deverão ser originárias do Livro Diário constante do SPED.



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



17.2.4.8. A Escrituração Digital deverá estar de acordo com as Instruções Normativas (RFB nº 1420/2013 e RFB nº 1594) que tratam do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED. Para maiores informações, verificar o site [www.receita.gov.br](http://www.receita.gov.br), no link SPED. Ficando a exigência de apresentação do Balanço Patrimonial do último exercício social, a ser apresentado no prazo que determina o art. 5º das Instruções Normativas da RFB, bem como o que determina a Jurisprudência no Acórdão TCU nº 2.669/2013 de relatoria do Ministro Valmir Campelo.

17.2.4.9. Com base nos dados extraídos do balanço será avaliada a capacidade financeira da empresa, em conformidade com o art. 19, Inciso XXIV da Instrução Normativa nº 06/2013- MPOG, as empresas deverão apresentar o cálculo dos índices financeiros, sendo qualificadas apenas as que forem consideradas solventes. Para isso serão utilizadas as seguintes definições e formulações: a boa situação financeira, será baseada na obtenção de índices de Liquidez Geral (LG), maior que um (>1), Solvência Geral (SG), maior que um (>1) e Liquidez Corrente (LC), maior que um (>1), cumulativamente, resultantes da aplicação das fórmulas:

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

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

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

#### 17.2.4.9.1. JUSTIFICATIVA DA EXIGENCIA DOS INDICES CONTÁBEIS:

a) Realizada pesquisa na legislação específica e em órgãos que promovem procedimentos licitatórios, constatou-se a utilização dos índices contábeis acima, conclusivamente, os mais adotados no segmento de licitações;

b) Portanto, o atendimento aos índices estabelecidos no Edital, demonstrará uma situação EQUILIBRADA da licitante. Caso contrário, o desatendimento dos índices, revelará uma situação DEFICITÁRIA da empresa, colocando em risco a execução do contrato.

c) Ante o exposto, a exigência do Edital nada mais fez que traduzir em critérios objetivos o disposto no art. 37, XXI, da Constituição Federal, uma vez que a contratação de empresas em situação EQUILIBRADA é o mínimo que o MUNICÍPIO DE MILAGRES deve cercar-se para assegurar o integral cumprimento do contrato. Ademais, os índices escolhidos foram democráticos, na medida em que estabelecem um “mínimo” de segurança na contratação.

17.2.4.10. Certidão negativa de falência, recuperação judicial ou extrajudicial, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica (artigo 31 da Lei nº 8.666/93) em data não superior a 30 (trinta) dias.

#### 17.3 DEMAIS DECLARAÇÕES

a) declaração de que não utiliza mão de obra direta ou indireta de menores de 18(dezoito) anos para a realização de trabalhos noturnos, perigosos ou insalubre, bem como não utiliza, para qualquer trabalho, mão de obra direta ou indireta de menores de 16 (dezesesseis) anos, exceto na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, (conforme inciso V do art. 27 da Lei Federal nº 8.666/93), nos termos do Anexo VI deste Edital;

b) declaração, sob as penas da lei, da superveniência de fato impeditivo, para sua habilitação, nos termos do Anexo VII deste Edital.



c) no caso de agência que não tenha sede, escritório ou sucursal em MILAGRES, declaração de que, caso venha a constituir-se em uma das vencedoras deste certame, instalará, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados da data de assinatura do contrato, a estrutura mínima prevista no subitem 25.13.2.

**17.4** Se a licitante tiver filial, todos os documentos de Habilitação deverão estar em nome da matriz ou da filial, dependendo de quem é a licitante, salvo aqueles documentos que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

**17.5A** licitante classificada no julgamento final desta TOMADA DE PREÇO que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será inabilitada, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 18.1.1.

## **18. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

**18.1** A CPL 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.

**18.1.1.** Se nenhuma licitante restar habilitada, a CPL 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 eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

## **19. COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO (CPL) E SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

**19.1** Esta TOMADA DE PREÇO será processada e julgada pela CPL, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

**19.2** As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

**19.2.1** Um dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com os órgãos e entidades do Poder Executivo do Município de MILAGRES.

**19.3** A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 06 (seis) integrantes, 3 (três) deles sem nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Poder Executivo do Município de MILAGRES, todos previamente cadastrados pelo Setor competente.

**19.3.1** A relação dos nomes referidos no subitem 19.3 deste Edital será publicada pela CPL no Diário Oficial do Município de MILAGRES, em prazo não inferior a 07 (sete) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

**19.3.2** O sorteio será processado pela CPL de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o Poder Executivo do Município de MILAGRES, nos termos dos subitens 19.2.1 e 19.3.

**19.3.3** A relação prevista no subitem 19.3 deste Edital conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o Poder Executivo do Município de MILAGRES.

**19.3.4** Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 19.3, mediante a apresentação à CPL de justificativa para a exclusão.

**19.3.5** 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.

**19.3.6** A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 19.





**19.3.6.1** Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 19.3.

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

**19.3.7** A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 19.3.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

## **20. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS**

**20.1** Serão realizadas sessões públicas, de acordo com os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da CPL e pelos representantes das licitantes presentes.

**20.1.1** A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil de credenciamento, conforme estabelecido no subitem 9.1 deste Edital.

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

**20.1.3** A CPL e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, cuidarão para que a interpretação e aplicação 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, nos termos do art. 3º, caput, da Lei nº 8.666/1993.

**20.1.3.1** No atendimento ao subitem 20.1.3 a CPL e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais na Proposta Técnica e da Proposta de Preços e nos documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura, a isonomia e o caráter competitivo desta TOMADA DE PREÇO.

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

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

**20.1.6** 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.

**20.1.7** Qualquer tentativa de licitante influenciar a CPL ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

**20.1.8** A CPL poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

**20.1.9** Se os invólucros das licitantes desclassificadas ou inabilitadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados do encerramento desta TOMADA DE PREÇO – 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 CPL providenciará sua destruição.

**20.1.10.** Fica proibida a captação de imagem por fotos ou qualquer tipo de gravação dos Planos de Comunicação Publicitária, a fim de garantir sigilo.



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



**20.2 A PRIMEIRA SESSÃO** pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 4.1 deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 9.1 deste Edital;
- b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

**20.2.1** O Invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela CPL se não:

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

**20.2.1.1** Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas "a", "b", "c" e "d" do subitem 20.2.1, a CPL não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

**20.2.2** A primeira sessão prosseguirá com os seguintes procedimentos básicos:

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da CPL, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 1;
- c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para 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 (email), ou por contato telefônico ou por publicação nos mesmos meios de divulgação.

**20.2.2.1** A CPL, antes do procedimento previsto na alínea "b" do subitem 20.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

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

**20.2.3** A CPL 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.

**20.2.4** Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela CPL.

**20.2.5** Se houver desistência expressa de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela CPL na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade de acordo com o previsto no subitem 20.2.6 e seguintes. Caso contrário a CPL divulgará o resultado das decisões na forma do item 22, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

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

- a) encaminhamento, pela CPL à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



- b) análise e julgamento individualizados, 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 CPL, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações individualizadas e médias dos quesitos, e de justificativa escrita individualizada por integrante da Subcomissão das razões que as fundamentaram em cada quesito, conforme o modelo disponibilizado no Anexo III;
- d) encaminhamento, pela CPL 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 e julgamento individualizados, 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 CPL, 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 média dos quesitos, e de justificativa escrita individualizada dos subquesitos com as razões que as fundamentaram em cada caso.

**20.2.6.1** Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea "a" do subitem 13.4 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

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

**20.2.6.1.2** Se, após a análise de recursos, a proposta inicialmente desclassificada retornar ao certame, deverá ser aberto prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recursos, conforme disposto no art. 109, da Lei nº 8.666/1993, desta feita referentes apenas e tão somente à proposta, às pontuações e justificativas lançadas.

**20.2.7** As planilhas previstas nas alíneas "c" e "f" do subitem 20.2.6 conterão, respectivamente, as pontuações e justificativas de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante, bem como a média obtida, e as pontuações e justificativas escritas de cada membro da Subcomissão Técnica para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante, bem como a média obtida.

**20.3 SEGUNDA SESSÃO:** Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a CPL convocará as licitantes, na forma do item 22 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 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, da Lei nº 8.666/1993.



**20.3.1** Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela CPL.

**20.4 TERCEIRA SESSÃO:** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a CPL convocará as licitantes, na forma do item 22 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 Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da CPL e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do item 22 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109 da Lei nº 8.666/1993.

**20.5 QUARTA SESSÃO:** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a CPL convocará as licitantes, 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 o invólucro nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da CPL 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 do invólucro nº 5;
- e) informar:
  - e.1) que o resultado da habilitação será publicado na forma do item 22 deste Edital, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109 da Lei nº 8.666/1993;
  - e.2) que será publicado na forma do item 22 deste Edital o nome das 5 (cinco) licitantes vencedoras desta TOMADA DE PREÇO, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

## **21. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO**

**21.1** Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o SECRETARIA, encaminhará para homologação de seu Ordenador o resultado desta TOMADA DE PREÇO e, a quem caberá aprovar a adjudicação do seu objeto às licitantes vencedoras.



## **22. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA e CONTRATANTE:**

22.1. As obrigações das partes estarão previstas no Anexo V – Termo de Contrato.

## **23. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS**

23.1 A juízo da CPL, todas as decisões referentes a esta TOMADA DE PREÇO poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial de MILAGRES é obrigatória:

- a) nas sessões de abertura de invólucros;
- b) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

## **24. RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

24.1 Dos atos decorrentes das decisões da Comissão Permanente de Licitações, caberá recurso, com efeito suspensivo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, **a contar da intimação do ato**, contados da data da publicação na imprensa oficial, do respectivo julgamento, ou no caso do artigo 109, § 1º de Lei nº 8.666/93, **imediatamente após a lavratura da respectiva ata**. Se presentes os prepostos dos licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados.

24.2. Interposto o recurso, será comunicado às demais proponentes que poderão impugná-lo no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

24.3. Os recursos deverão ser interpostos mediante petição devidamente arrazoada e subscrita pelo representante legal da recorrente, dirigida à Comissão de Licitação da Prefeitura Municipal de MILAGRES.

24.4. Os recursos serão protocolados junto à Comissão de Licitação, de 2ª a 6ª feira, no horário de 8h às 12h e de 14h às 17h, em dias de expediente do órgão.

24.5. O recurso será dirigido à(s) Secretaria(s), por intermédio do(a) Presidente(a), o(a) qual poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 05 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 05 (cinco) dias úteis, contado do recebimento do recurso pelo(s) Secretário(s).

24.6. Não serão admitidos recursos apresentados fora do prazo legal e/ou subscritos por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo para responder pela Licitante.

24.7. Não será concedido prazo para recursos sobre assuntos meramente protelatórios ou quando não justificada a intenção de interpor o recurso pelo Licitante.

24.8. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a CPL – motivadamente e se houver interesse pelo Poder Executivo Municipal – atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

24.9. O acolhimento de recurso importará a invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

24.10. A intimação dos atos decisórios da administração — Presidente(a) ou Secretário(s) — em sede recursal será feita mediante afixação de cópia do extrato resumido ou da íntegra do ato no flanelógrafo da Comissão e da Prefeitura de MILAGRES, como também na forma original da publicação do aviso de licitação.

24.11. Os autos do processo administrativo permanecerão com vista franqueada aos interessados na sede da Comissão de Licitação.

## **24.12- DA FORMALIZAÇÃO DO RECURSO ADMINISTRATIVO:**



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



a)- O pedido de objeção deverá ser apresentado em duas vias pelo representante legal da sociedade simples ou unipessoal de advocacia no setor de licitação no prazo estipulado no item 24.1, com dados de contato da impugnante no qual a Comissão enviará resposta ao pedido.

**b)- Somente serão aceitas as objeções mediante petição confeccionada em máquina datilográfica ou impressora eletrônica, em tinta não lavável, que preencham os seguintes requisitos:**

- i) O endereçamento à Presidente da Comissão de Licitação da Prefeitura de MILAGRES;
- ii) A identificação precisa e completa do autor e seu representante legal (acompanhado dos documentos comprobatórios) se for o caso, contendo o nome, prenome, estado civil, profissão, domicílio, número do documento de identificação, devidamente datada, assinada dentro do prazo editalício;
- iii) O fato, o fundamento jurídico de seu pedido, indicando quais os itens ou subitens contra razoados;
- iv) O pedido, com suas especificações.

**24.13** O recurso ou impugnações apresentadas em desacordo com as condições deste edital não serão conhecidos.

## **25. VALOR ESTIMADO E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

**25.1** O valor estimado resultante desta TOMADA DE PREÇO está estimado em R\$ 535.000,00 (quinhentos e trinta e cinco mil reais), pelos primeiros 12 (doze) meses, e será executada de acordo com o previsto no subitem 3.2 deste Edital.

**25.2** Os recursos para a execução dos serviços durante o exercício de 2021/2022, conforme Anexo V deste EDITAL, para o período de 12 (doze) meses ocorrerão à conta de dotação orçamentária consignada no orçamento da Prefeitura Municipal de MILAGRES, **exercício 2021**, na classificação abaixo, ficando a mesma programação para o(s) exercício (s) subsequente(s):

1401-101220028.2.051 COORDENACAO E MANUTENCAO ADMINISTRATIVA DA SECRETARIA DE SAUDE

1501-123680031.2.049 COORDENACAO E MANUTENCAO DAS ATIVIDADES DA SEC. DE EDUCACAO

1601-082440017.2.031 MANUTENCAO DA SECRETARIA DO TRABALHO E ASSISTENCIA SOCIAL

0801-041220002.2.009 MANUTENCAO E COORDENACAO DA SECRETARIA DE ADMINISTRACAO.

Elemento de Despesa: 3.3.90.39.00.

**25.3** Se o Poder Executivo do Município de MILAGRES optar pela prorrogação dos contratos que vierem a ser assinados consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

**25.4** A Secretaria se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade do valor contratual estimado e dos recursos orçamentários previstos.

## **26. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS E CONTRATUAIS**

**26.1** As licitantes vencedoras terão o prazo de até 05 (cinco) dias, contado a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo V deste Edital, e o prazo de até 20 (vinte) dias, contado a partir da data de assinatura do contrato, para apresentar a garantia prevista no subitem 26 deste Edital.

**26.1.1** O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do Poder Executivo Municipal, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas pelas respectivas vencedoras.

**26.1.1.1** Se as licitantes vencedoras não comparecerem, nos prazos estipulados para assinar os respectivos contratos e ou apresentar o comprovante da prestação da garantia contratual, o Poder



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



Executivo Municipal poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar os contratos em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar os contratos e ou apresentar a garantia, ou revogar esta TOMADA DE PREÇO, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.

**26.1.2** Antes da celebração do contrato o Poder Executivo Municipal efetuará consulta ao Cadastro de Fornecedores do Município de MILAGRES, no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União (CGU), e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011-Plenário, do Tribunal de Contas da União, objetivando averiguar se há algum tipo de impedimento para a contratação.

**26.2** Os contratos para a execução dos serviços objeto deste Edital terão duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

**26.2.1** O prazo de que trata o subitem anterior poderá ser prorrogado, a juízo do CONTRATANTE, mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 57, inc. II, da Lei Federal nº 8.666/1993.

**26.3** O Poder Executivo Municipal poderá rescindir, a qualquer tempo, os contratos 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 nº 8.666/1993 e nos contratos a serem firmados entre as partes, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da Lei Federal nº 8.666/1993.

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

**26.5** À contratada poderão ser aplicadas as sanções e penalidades previstas na Lei Federal nº 8.666/1993 e nos contratos a serem firmados com as mesmas.

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

**26.7** Obriga-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.

**26.8** A contratada, independentemente de solicitação, deverá prestar esclarecimentos ao Poder Executivo Municipal sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam.

**26.9** A contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta TOMADA DE PREÇO, que envolva o nome do Poder Executivo Municipal, se houver expressa autorização.

**26.10** É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente TOMADA DE PREÇO para qualquer operação financeira.

**26.11** A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta TOMADA DE PREÇO e em vigência o Cadastro Unificado de Fornecedores do Município de MILAGRES, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o art. 4º, *caput* e § 1º, da Lei nº 12.232/2010.

**26.12** O Poder Executivo Municipal avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela contratada, nos termos do subitem 7.11 da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo V).

**26.13** A contratada centralizará o comando da publicidade, objeto desta licitação, em MILAGRES, onde, para esse fim, manterá sede, escritório, sucursal ou equipe disponível.





GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



**26.13.1.** A seu juízo, a contratada poderá utilizar-se de suas matrizes ou de seus representantes em outros municípios ou Estados para serviços de cria o e de produ o ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condi es previamente acordadas.

**26.13.2** No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, a contratada deverá comprovar que possui, disponível na MILAGRES, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao Município de MILAGRES, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais: a) um na área de atendimento; b) um na área de planejamento; c) um na área de cria o; d) um na área de produ o impressa, eletrônica e de design/computa o gráfica; e) um na área de m dia.

**26.14** Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcri o, as condi es estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenham servido de base para o julgamento desta TOMADA DE PREÇO.

## **27. GARANTIA**

**27.1** Será exigida da licitante vencedora presta o de garantia, em favor do Poder Executivo Municipal, correspondente a 1% (um por cento) sobre o valor máximo do contrato, assim entendido o valor máximo desta licita o, que corresponde a R\$ 5.350,00 (cinco mil trezentos e cinquenta reais), em uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei Federal n  8.666/1993,   escolha da licitante vencedora, nas seguintes modalidades:

- a) cau o em dinheiro ou títulos da d vida pública;
- b) seguro-garantia;
- c) fiança bancária.

**27.2** Se a licitante optar pela cau o em dinheiro, o depósito deverá ser feito em conta corrente aberta pela CONTRATANTE em agência bancária a ser determinada pela CONTRATADA.

**27.3** Se a op o de garantia for pelo seguro-garantia:

- a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de trinta dias;
- b) a apólice deverá indicar o Poder Executivo Municipal como beneficiário;
- c) não será aceita apólice que contenha cláusula contrária aos interesses do Poder Executivo do Município de MILAGRES.

**27.4** A fiança bancária será formalizada por meio de carta de fiança emitida por institui o financeira que, por si ou pelos acionistas detentores de seu controle, não participem do capital ou da dire o da licitante.

**27.4.1** A carta de fiança deverá ter:

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

**27.5** Se a op o for pelo título da d vida pública, este deverá:

- a) ter valor de mercado correspondente ao valor garantido e ser reconhecido pelo Governo Federal, constando entre aqueles previstos na legisla o específica;
- b) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquida o e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, podendo a Secretaria recusar o título ofertado, caso verifique a ausência desses requisitos.





## 28. EXECU O DOS SERVIÇOS

**28.1** Para execu o dos serviços, deverão ser observadas as normas legais específicas sobre eles, objeto da presente licita o especialmente a Lei Federal n  12.232/2010, a Lei Federal n  4.680/65 e os Decretos Federais n  57.690/66 e 4.563/02, bem como as demais normas da legisla o publicitárias em vigor.

**28.2** Somente pessoas físicas e jurídicas previamente cadastradas junto ao Cadastro de Fornecedores do Município de MILAGRES poderão fornecer   contratada, bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execu o dos serviços, objeto da presente licita o, nos termos do art. 14 da Lei n 12.232/2010.

**28.3** O fornecimento de bens ou serviços especializados, a que se refere o subitem anterior, exigirá sempre a apresenta o pela contratada a contratante, de 03 (três) orçamentos obtidos entre pessoas cadastradas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, conforme o artigo 14,   1 , da Lei Federal n 12.232/2010.

**28.4** Sempre que a produ o tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento), do valor global do contrato, a contratada procederá   coleta de orçamentos de fornecedores em Invólucros fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscaliza o do contratante, nos termos do artigo 14,   2 , da Lei Federal n 12.232/2010.

**28.5** Não havendo, entre as empresas cadastradas, uma que possa atender a demanda, a contratada poderá apresentar orçamentos de empresas não cadastradas, mediante prévia e expressa justificativa, ficando a critério do contratante a aceita o ou não.

**28.6** Os custos e despesas de produ o e veicula o apresentados ao contratante, para pagamento, deverão ser acompanhados dos orçamentos, da demonstra o do valor devido ao fornecedor ou veículo, de sua tabela de preços, da descri o dos descontos negociados e dos pedidos correspondentes, bem como do relatório de checagem de veicula o, sempre que possível.

**28.7** O objeto da presente licita o somente será recebido se não houver a constata o de qualquer irregularidade. Em havendo irregularidade o contratante:

a) se disser respeito   especifica o, poderá rejeitá-lo, no todo ou em parte, determinando sua substitui o, sem prejuízo das penalidades cabíveis, no prazo máximo de 48h (quarenta e oito horas), contadas da data de recebimento da notifica o por escrito, mantidos os termos de negocia o contratados inicialmente;

b) se disser respeito   diferença de quantidade ou de partes, poderá determinar sua complementa o, sem prejuízo das penalidades cabíveis, no prazo máximo de 48 (quarenta e oito) horas, contadas da data do recebimento da notifica o por escrito, mantidos os termos de negocia o contratados inicialmente.

**28.8** As contratadas estão obrigadas a aceitar, nas mesmas condi es contratuais, os acréscimos e supressões de até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato ou da nota de empenho.

**28.9** Considerar-se-  rescindido de pleno direito o contrato, nos casos de falência, liquida o judicial ou extrajudicial da Contratada, ou em virtude de qualquer ato que impeça a continuidade de sua execu o.

## 29. REMUNERA O E PAGAMENTO

**29.1** A remunera o   contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da minuta de contrato (Anexo V), consoante os preços estabelecidos em suas Propostas de Preços.



**29.2** A forma e as condi es de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da minuta de contrato (Anexo V).

### **30. FISCALIZA O**

**30.1** O Poder Executivo Municipal indicará um Fiscal titular e um suplente para executar a fiscaliza o dos contratos resultantes desta TOMADA DE PREÇO e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execu o dos serviços, que terão poderes, dentre outros, para notificar as contratadas, objetivando sua imediata corre o, nos termos da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo V).

### **31. SAN OES ADMINISTRATIVAS**

**31.1** Será aplicada   licitante vencedora multa compensatória de 10% (dez por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 25.1, independentemente de outras san oes e penalidades previstas na Lei Federal n  8.666/1993, diante das seguintes ocorrências:

- a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;
- b) não manuten o das condi oes de habilita o, a ponto de inviabilizar a contrata o.

**31.1.1** O disposto no subitem precedente não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem 26.1.1.

**31.2** O descumprimento total ou parcial das obriga oes assumidas pelas contratadas, sem justificativa aceita pelo Poder Executivo Municipal, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as san oes previstas em lei e nos contratos a serem firmados entre as partes, nos termos da Cláusula Décima Terceira da minuta de contrato (Anexo V).

### **32. VEDA O DE NEPOTISMO**

**32.1**   vedada a presta o de serviços por familiar de agente público vinculado ao Poder Executivo do Município de MILAGRES, por intermédio das empresas contratadas.

### **33. DISPOSI OES FINAIS**

**33.1**   facultada   CPL ou autoridade superior, em qualquer fase desta TOMADA DE PREÇO, a promo o de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instru o do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informa o que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos documentos de Habilita o.

**33.1.1** A CPL ou autoridade superior deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto   autoria da via não identificada do Plano de Comunica o Publicitária, até a abertura do Invólucro n  2.

**33.2** A CPL, por solicita o expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder   vistoria das instala oes e da aparelhagem que as  g ncias classificadas no julgamento das Propostas T nicas disponibilizarão para a realiza o dos serviços objeto desta TOMADA DE PREÇO.

**33.2.1** A CPL deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto   autoria da via não identificada do Plano de Comunica o Publicitária, até a abertura do Invólucro n  2.

**33.3** Até a assinatura dos contratos, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas se o Poder Executivo Municipal tiver conhecimento de fato desabonador às suas classifica oes ou às suas habilita oes, conhecido após o julgamento de cada fase.



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



**33.3.1** Se ocorrer a desclassificação de licitante vencedora por fatos referidos no subitem precedente, o Poder Executivo Municipal poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta TOMADA DE PREÇO.

**33.4** Se, durante a execução do contrato, o instrumento firmado não for prorrogado, por conveniência da Administração, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o Poder Executivo Municipal poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação verificada nesta TOMADA DE PREÇO, para dar continuidade à execução do objeto, desde que concordem com isso e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

**33.5** Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao Poder Executivo Municipal.

**33.5.1** O Poder Executivo Municipal reserva-se ao direito de verificar se a qualificação do profissional substituído é equivalente ou superior à do substituído, aprovando em seguida a substituição, se for o caso.

**33.6** É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

**33.7** A CPL e a Subcomissão Técnica poderão, no interesse do Poder Executivo Municipal, relevar omissões puramente formais nos Documentos e Propostas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta TOMADA DE PREÇO, bem como o sigilo acerca da identidade do proponente, nos termos art. 6º, incisos XII e XIII, art. 9º, §1º e art. 11, todos da Lei Federal nº 12.232/2010.

**33.8** Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o Poder Executivo Municipal comunicará os fatos verificados à Procuradoria-Geral do Município e ao Ministério Público Estadual, para as providências devidas.

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

**33.10** Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta TOMADA DE PREÇO será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

**33.11** O Poder Executivo Municipal poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir os respectivos contratos, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados às contratadas o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

**33.12** Antes da data marcada para a abertura dos invólucros com as Propostas, a CPL poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, alterar este Edital e seus anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

**33.13** Correrão por conta do Poder Executivo Municipal as despesas que incidirem sobre a formalização dos contratos, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial dos Municípios do Estado do Ceará, na forma do art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



**33.14** As questões suscitadas por este Edital que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Foro da Comarca de MILAGRES, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

MILAGRES, 15 de Março de 21.

*Francisco Jaiques Vasques Medeiros*  
FRANCISCO JAIQUES VASQUES MEDEIROS  
PRESIDENTE DA CPL



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



**ANEXO I**

**BRIEFING**  
(PROJETO BÁSICO)

O presente *briefing* cont m informações básicas destinadas ao trabalho solicitado as Agências de Publicidade e Propaganda neste processo licitatório.

A Prefeitura de MILAGRES, a seu critério, poderá ou não utilizar as sugestões apresentadas pelas empresas vencedoras desta TOMADA DE PREÇO.

**Exemplo:**

A prefeitura municipal de Milagres - CE, através do gabinete, secretaria de saúde e secretaria de educação, necessitam CONTRATAR 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA A PRESTA O DE SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS, COMPREENDENDO: O ESTUDO, EXECU O, SUPERVISÃO, CONCEP O E CRIA O DE CAMPANHAS, PEÇAS PUBLICITÁRIAS AVULSAS E MATERIAIS PUBLICITÁRIOS, M DIA ONLINE E OFF-LINE, CONFORME TABELA DE SERVIÇOS E CUSTOS DO SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DO CEARÁ – SINAPRO-CE. A comunicação da prefeitura municipal de Milagres - CE tem como objetivos principais:

- a) Disseminar informações de interesse público sobre assuntos dos diferentes segmentos sociais;
- b) Estimular a participação da sociedade nos debates e nas definições das políticas públicas;
- c) Promover a difusão dos direitos do cidadão e dos serviços colocados a sua disposição, visando, entre outros objetivos, ampliar o seu papel como instrumento de inclusão social.
- d) Divulgar a realização de ações educativas, de serviços, de utilidade pública e institucionais que estimulem a cidadania.
- e) Aproximar a gestão pública da população, apresentando todas as ações, obras, realizações e trabalhos desenvolvidos, através das m dias online e off-line.

**O município**

Localizado na Mesoregi o Sul Cearense, o município de Milagres - CE possui População estimada de 28.316 mil habitantes, tem como principal atividade econ mica a agricultura.

**Diretrizes**

A comunicação deve utilizar elementos de fácil compreensão pela população, tendo como público-alvo todos os moradores da cidade de Milagres - CE das diversas classes sociais, opinião pública e público externo.

Além dos veículos tradicionais de comunicação de massa, utilizar os veículos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal de Milagres - CE, tais como portal de Internet, redes sociais e demais espaços que a agência achar necessários no seu planejamento.

**A campanha**



**GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES**  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



Como forma de avaliar e julgar as licitantes, a Proposta Técnica deve conter a apresentação de uma campanha publicitária que trate do enfrentamento a Covid-19, que assim como em todo o mundo tem sido um grande desafio para o município de Milagres - CE.

A pandemia tem impactado o planeta inteiro, no Brasil já são mais de 200 mil vítimas fatais. A grande esperança de acabarmos com todo esse caos é com a vacinação, que infelizmente ainda está progredindo de forma muito lenta. Além dos danos na saúde, a Covid-19 também tem trazido graves problemas econômicos.

Na campanha proposta, a licitante deverá mostrar as peças e/ou ações que achar necessárias para conscientizar e sensibilizar a população da gravidade da pandemia e a necessidade de tomarmos todos os cuidados propostos pelos órgãos de saúde para evitar a proliferação do vírus. A campanha deve conter também uma estratégia de mídia ideal com orçamento detalhado e a estrutura de apresentação conforme solicitado no Item 10 deste edital.

**Período**

Apresentar plano de mídia, peças publicitárias e orçamento para 30 dias.

**Verba referencial para investimento**

R\$ 535.000,00 (quinhentos e trinta e cinco mil reais)

**ANEXO II**



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



### MODELO DE PROCURAÇÃO/CRENCIAMENTO

A empresa ....., com sede na Rua ....., na cidade de ....., Estado de ....., inscrita no CNPJ/MF sob o nº ..... neste ato representada pelo(a) Sr<sup>(a)</sup>. ....., portador do RG nº ..... e do CPF/MF nº ..... nos termos de seu Estatuto Social / Contrato Social, pela presente **CRENCIA o(a) Sr<sup>(a)</sup>**. ....., portador(a) do RG nº ..... e do CPF/MF nº ..... para representá-la na presente **TOMADA DE PREÇO Nº 011/2021-TP**, promovida pela Comissão Permanente de Licitação da Prefeitura de MILAGRES- CE, **OUTORGANDO-LHE** plenos poderes para prestar esclarecimentos, concordar, desistir, tomar deliberações, interpor recurso, 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 de outras propostas da CPL, 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 datilografada ou impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelo representante legal. Sua assinatura deverá estar devidamente reconhecida em cartório e deverá juntar a comprovação dos poderes de representação do signatário. Será aceita Escritura Pública, desde que com mesmo conteúdo.*





GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



### ANEXO III

#### MODELO DE DECLARA O DE IDONEIDADE

Ref.: TOMADA DE PREÇO N  011/2021-TP

A empresa ....., inscrita no CNPJ n  ....., por intermédio de seu representante legal o Sr....., portador da carteira de identidade n ..... e do CPF n  ....., **DECLARA** não ter recebido do Município de MILAGRES a penalidade de **SUSPENSÃO TEMPORÁRIA** de participa o em licita o e ou impedimento de contratar com a Administra o, assim como não ter recebido a penalidade de **DECLARA O DE INIDONEIDADE** para licitar ou contratar com a Administra o Pública.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2019.

\_\_\_\_\_  
Empresa  
Assinatura do representante legal  
Nome e fun o da pessoa que assina

*Obs: Esta declara o deverá ser datilografada ou impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelo representante legal.*



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
Trabalho que faz a diferença



ANEXO IV-A

PROPOSTA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

A empresa ....., com sede na Rua ....., na cidade de ....., Estado de ....., inscrita no CNPJ/MF sob o n° ..... neste ato representada pelo(a) Sr(ª). ....., portador do RG n° ..... e do CPF/MF n° ....., apresenta a seguinte **PROPOSTA DE PREÇOS** para os serviços descritos no Edital de Licitação TOMADA DE PREÇO N° 011/2021-TP de interesse da Secretaria de Governo da Prefeitura de MILAGRES- CE, nas secretarias....

- a) Desconto, a ser concedido ao município, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará: \_\_\_ % (\_\_\_\_\_ por cento);
- b) honorários, a serem cobrados do município, incidentes 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: \_\_\_ % (\_\_\_\_\_ por cento);
- c) honorários, a serem cobrados do município, incidentes 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: \_\_\_ % (\_\_\_\_\_ por cento);
- d) honorários, a serem cobrados do município, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n° 4.680/1965: \_\_\_ % (\_\_\_\_\_ por cento).

Prazo de validade da proposta: \_\_\_\_\_

Local e data. \_\_\_\_\_

Empresa - Assinatura do representante legal/Nome e função da pessoa que assina

Obs. 1: Esta declaração deverá ser datilografada ou impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelo representante legal.

Obs. 2: Deverá ser apresentada juntamente os Anexos IV – B e IV – C.



ANEXO IV-B

DECLARA O DE ELABORA O INDEPENDENTE DE PROPOSTA

A empresa ....., com sede na Rua ....., na cidade de ....., Estado de ....., inscrita no CGC/MF sob o n  ....., neste ato representada pelo(a) Sr( ). ....., portador do RG n  ....., e do CPF/MF n  ....., para fins do disposto no item 13.3 do Edital da **TOMADA DE PREÇO N  011/2021-TP**, de interesse da Secretaria da Prefeitura Municipal de MILAGRES, **DECLARA**, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

- a) a proposta apresentada para participar dessa TOMADA DE PREÇO foi elaborada de maneira independente pela licitante, e o cont do 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 TOMADA DE PREÇO, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- b) a inten o de apresentar a proposta elaborada para participar dessa TOMADA DE PREÇO não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa TOMADA DE PREÇO, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- c) não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa TOMADA DE PREÇO quanto a participar ou não da referida licita o;
- d) o cont do da proposta apresentada para participar dessa TOMADA DE PREÇO não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa TOMADA DE PREÇO antes da adjudica o do objeto da referida licita o;
- e) o cont do da proposta apresentada para participar dessa TOMADA DE PREÇO não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do/a ( rg o/entidade responsável pela licita o) antes da abertura oficial das propostas; e
- f) está plenamente ciente do teor e da extensão desta declara o e que det m plenos poderes e informaçoes para firmá-la.

Local e data.

\_\_\_\_\_  
Empresa

Assinatura do representante legal

Nome, fun o, RG e CPF da pessoa que assina

*Obs. 1: Esta declara o deverá ser datilografada ou impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelo representante legal.*

*Obs. 2: Esta Declara o deverá ser apresentada juntamente com a Proposta de Preços do Anexo IV – A.*



## ANEXO IV-C

### DECLARA O DE COMPROMISSO

A empresa ....., com sede na Rua ....., na cidade de ....., Estado de ....., inscrita no CGC/MF sob o não ..... neste ato representada pelo(a) Sr(a) ....., portador(a) do RG não ..... e do CPF/MF não ....., para fins do disposto no item 14.4 do Edital da TOMADA DE PREÇO Não 011/2021-TP, de interesse da Secretaria de Governo da Prefeitura Municipal de MILAGRES, **DECLARA**, sob as penas da lei que:

- compromete-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condi oes nas negocia oes comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo a Secretaria as vantagens obtidas;
- os tributos e a totalidade dos encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários e comerciais incidentes sobre o contrato, serão de inteira responsabilidade da empresa, sendo também de sua inteira responsabilidade, os custos com transporte e seguro;
- está ciente e de acordo com as disposi oes alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato constante do Anexo V deste Edital;
- está ciente e de acordo com o disposto na Cláusula Décima Terceira da Minuta de Contrato constante do V deste Edital.

Local e data.

\_\_\_\_\_  
Empresa  
Assinatura do representante legal  
Nome e fun o da pessoa que assina

*Obs. 1: Esta declara o deverá ser datilografada ou impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelo representante legal.*

*Obs. 2: Esta Declara o deverá ser apresentada juntamente com a Proposta de Preços do Anexo IV – A.*



ANEXO V

MINUTA DE CONTRATO

**CONTRATO PARA PRESTA O DE SERVIÇOS DE  
PUBLICIDADE QUE ENTRE SI FAZEM O  
MUNICÍPIO DE MILAGRES DO ESTADO DO CEARÁ  
E A EMPRESA .....**

Contrato n  ...../2019

O Município de MILAGRES, por intermédio da **SECRETARIA DE .....**, sediada ....., inscrita no CNPJ/MF sob o n  ....., doravante denominado **CONTRATANTE**, neste ato representada por ....., brasileiro, residente e domiciliado nesta cidade, inscrito no CPF/MF sob o n  ....., portador da Carteira de Identidade n  ....., e a **empresa .....**, com sede em....., na....., inscrita no CNPJ/MF sob o n  ....., doravante denominada **CONTRATADA**, neste ato representada ....., brasileiro, residente e domiciliado em ....., inscrito no CPF/MF sob o n  ....., portador da Carteira de Identidade n  ....., resolvem celebrar o presente contrato, para presta o de serviços de publicidade, objeto da **TOMADA DE PREÇO N  011/2021-TP**, autorizado pelo ato homologatório constante da folha n.  .... do referido Processo, mediante os termos e condi es a seguir estabelecidos.

**CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLA O E DOCUMENTOS VINCULADOS**

**1.1** O presente contrato reger-se-  pelas disposi es da Lei Federal n  12.232, de 29/04/2010, da Lei Federal n  4.680, de 18/06/1965, da Lei Federal n  8.666, de 21.06.93, da Lei Complementar n  123, de 14/12/2006, e altera es posteriores.

**1.2** Independentemente de transcri o, passam a fazer parte deste contrato e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condi es aqui não expressamente alterados, o **Edital da TOMADA DE PREÇO N  011/2021-TP**, seus anexos, a proposta da CONTRATADA, bem como os documentos que tenham servido de base para o julgamento do certame supracitado.

**CLÁUSULA SEGUNDA - OBJETO**

**2.1** Constitui objeto deste contrato a **PRESTA O DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES INTEGRADAMENTE REALIZADAS, CORRESPONDENTES AO ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEITUA O, CONCEP O, CRIA O, EXECU O INTERNA, INTERMEDI O E SUPERVISÃO DA EXECU O EXTERNA, DISTRIBUI O DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGA O, COM O INTUITO DE PROMOVER O ANUNCIANTE, ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE, DIREITO   INFORMA O, DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS, INFORMAR E CONSCIENTIZAR O PÚBLICO EM GERAL.**



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



**2.1.1** Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes: a) ao planejamento e   execu o de pesquisas e de outros instrumentos de avalia o e de gera o de conhecimento relativos   execu o deste contrato; b)   cria o e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunica o publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias; c)   produ o e   execu o técnica das peças e ou material criados pela CONTRATADA; d) o acompanhamento e orienta o da comunica o institucional, assessoria e gerenciamento permanente de comunica o e marketing da Prefeitura Municipal de MILAGRES e suas secretarias interessadas.

**2.1.1.1** As pesquisas e outros instrumentos de avalia o previstos na alínea 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atua o do CONTRATANTE, o público-alvo e os veículos de divulga o nos quais serão difundidas as campanhas ou peças; aferir o desenvolvimento estratégico, a cria o e a divulga o de mensagens; possibilitar a mensura o dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a a o publicitária.

**2.1.2** Os serviços não previstos no subitem 2.1.1, em especial as atividades promo o, de patrocínio e de assessoria de comunica o, imprensa e rela es-públicas e a realiza o de eventos festivos de qualquer natureza, não são objeto deste contrato.

**2.1.2.1** Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de média, ou seja, de projetos de veicula o em média ou em instala es, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunica o e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunica o.

**2.2** A CONTRATADA atuará por ordem e conta do CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3  da Lei n  4.680/1965, na contrata o de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execu o das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, de veículos e demais meios de divulga o, para a transmissão de mensagens publicitárias.

**2.3** A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execu o de serviços previstos nesta Cláusula.

**2.4** A CONTRATADA, observado o disposto no item 3.2 e seus subitens do Edital da TOMADA DE PREÇO que deu origem a este ajuste, atuará de acordo com solicita o do CONTRATANTE, indistintamente e independentemente de sua classifica o no referido certame, tendo exclusividade em rela o aos serviços previstos nesta Cláusula no transcorrer da vigência do contrato.

**2.5** Os serviços serão prestados com vistas   consecua o de a es de publicidade de interesse dos órgãos da administra o direta e das entidades da administra o indireta do Poder Executivo Municipal de MILAGRES/CE., incluídas as secretarias interessadas sob coordena o do CONTRATANTE.

### **CLÁUSULA TERCEIRA - VIGÊNCIA**

**3.1** O presente contrato terá dura o de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

**3.1.1** O CONTRATANTE poderá optar pela prorroga o desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 57, inciso II, da Lei Federal n  8.666/1993.

**3.1.2** A prorroga o será instruída mediante avalia o de desempenho da CONTRATADA, a ser procedida pelo CONTRATANTE.

### **CLÁUSULA QUARTA - RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

**4.1** A soma das despesas a serem realizadas pela CONTRATADA com o objeto da TOMADA DE PREÇO que deu origem a este ajuste, nos primeiros 12 (doze) meses.



**4.2** Os recursos para a execu o dos serviços durante o exercício de 2021 estão consignados nas seguintes dota es orçamentárias do Município de MILAGRES:

1401-101220028.2.051 COORDENACAO E MANUTENCAO ADMINISTRATIVA DA SECRETARIA DE SAUDE;

1501-123680031.2.049 COORDENACAO E MANUTENCAO DAS ATIVIDADES DA SEC. DE EDUCACAO;

1601-082440017.2.031 MANUTENCAO DA SECRETARIA DO TRABALHO E ASSISTENCIA SOCIAL;

0801-041220002.2.009 MANUTENCAO E COORDENACAO DA SECRETARIA DE ADMINISTRACAO.

**4.3** Se o CONTRATANTE optar pela prorroga o deste contrato, consignar  nos próximos exercícios em seu orçamento as dota es necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

**4.4** O CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

#### **CLÁUSULA QUINTA - OBRIGA ES DA CONTRATADA**

**5.1** Constituem obriga es da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

**5.1.1** Operar como organiza o completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

**5.1.2** Centralizar o comando da publicidade do CONTRATANTE em MILAGRES, para esse fim, manter  sede, escritório, sucursal ou equipe disponível.

**5.1.2.1A** seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outras cidades para serviços de cria o e de produ o ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condi es previamente acordadas.

**5.1.2.2** A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, em MILAGRES, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao CONTRATANTE, representa pelos seguintes profissionais: a) um na área de atendimento; b) um na área de planejamento; c) um na área de cria o; d) um nas áreas de produ o impressa, eletrônica e de design/computa o gráfica; e) um na área de m dia.

**5.1.3** Realizar mediante disponibilidade de recursos pelo CONTRATANTE, e quando necessário, mediante a contrata o de fornecedores de serviços especializados e veículos, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especifica es estipuladas pelo CONTRATANTE.

**5.1.4** Utilizar, na elabora o dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da TOMADA DE PREÇO que deu origem a este ajuste, para fins de comprova o da capacidade de atendimento, admitida sua substitui o por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunica o formal ao CONTRATANTE.

**5.1.5** Envidar esforços no sentido de obter as melhores condi es nas negocia es comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir   CONTRATANTE as vantagens obtidas.

**5.1.5.1** Pertencem ao CONTRATANTE as vantagens obtidas em negocia o de compra de m dia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonifica es na forma de tempo, espaço ou re replica es que tenham sido concedidos por veículo de divulga o.

**5.1.5.1.1** O disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos   CONTRATADA e a outras  g ncias, nos termos do art. 18 da Lei n  12.232/2010.

**5.1.5.2** O desconto de antecip o de pagamento será igualmente transferido ao CONTRATANTE, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.





GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



**5.1.5.3** A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses do CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre se conduzir na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

**5.1.5.3.1** O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato, no art. 87 da Lei Federal nº 8.666/1993.

**5.1.5.3.2** A CONTRATANTE reserva-se ao 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 do Município de MILAGRES/CE, para fins de conferir efetividade à norma contida no item 5.1.5.3 deste Edital.

**5.1.6** Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2 da Cláusula Décima, 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 do CONTRATANTE.

**5.1.7** Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao CONTRATANTE:

- I - fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;
- II - somente apresentar cotações de preços de fornecedores, previamente cadastrados, junto ao Cadastro Unificado de Fornecedores do Município de MILAGRES;
- III - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre integrantes do cadastro que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
- IV - exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;
- V - a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação do responsável pelas informações (nome completo, RG e e-mail);
- VI - 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 da CONTRATANTE a aceitação ou não.

**5.1.7.1** Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em invólucros fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do CONTRATANTE.

**5.1.7.2** O CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

**5.1.7.3** Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, ao Gestor deste contrato.

**5.1.7.4** Se e quando julgar conveniente, o CONTRATANTE poderá: a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços, tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco centésimo por cento) do valor deste contrato; b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços independentemente de valor.



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



**5.1.7.5** Cabe a CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de servios especializados acerca das condioes estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilizao de peas e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

**5.1.7.6** As disposioes do subitem 5.1.7 a 5.1.7.4 não se aplicam   compra de m dia.

**5.1.8** Submeter   contratao de fornecedores, para a execuo de servios objeto deste contrato,   prévia e expressa anuência do CONTRATANTE.

**5.8.1.1**   vedada a cotao prévia de preos para o fornecimento de bens ou servios especializados de empresas em que:

I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

II - dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participao societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

**5.1.9** Obter a aprovao prévia do CONTRATANTE, por escrito, para autorizar despesas com servios especializados prestados por fornecedores, veiculao e qualquer outra relacionada com este contrato.

**5.1.9.1** A CONTRATADA s  poderá reservar e comprar espao ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta do CONTRATANTE, se previamente o identificar e tiver sido por ele expressamente autorizada.

**5.1.10** Apresentar ao CONTRATANTE, para aprovao do Plano de Média de cada campanha ou ao, relao dos meios, praas e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculao a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5 da Cláusula Décima Primeira, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei n  12.232/2010.

**5.1.11** Apresentar ao CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 5.1.10, estudo prévio sobre os meios, praas e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculao a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5 da Cláusula Décima Primeira e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei n  12.232/2010.

**5.1.11.1** A CONTRATADA se obriga a apresentar novo estudo prévio ao CONTRATANTE sempre que houver alteraoes no tocante a meios, praas e veículos dos quais se revela possível obter o relatório de checagem de veiculao a cargo de empresa independente.

**5.1.12** Encaminhar, sempre que solicitado pelo CONTRATANTE, durante a vigência deste contrato, sem ônus para esta, cópias das peas produzidas, nos seguintes formatos: a) TV e Cinema: uma cópia em DVD e/ou arquivos digitais; b) Internet: uma cópia em CD, com os arquivos que constituíram a campanha ou pea; c) R dio: uma cópia em CD, com arquivos digitais; d) M dia impressa e material publicitário: uma cópia em CD, com arquivos nas versões aberta – com as fontes e imagens em alta resoluo – e finalizada.

**5.1.12.1** Quando se tratar de campanhas com várias m dias, as peas poderão ser agrupadas em um mesmo DVD.

**5.1.13** Manter arquivo da propaganda da CONTRATANTE, em meio virtual, com as peas produzidas no decorrer da execuo deste contrato.

**5.1.13.1** O acesso ao arquivo virtual será feito exclusivamente pela agência contratada e o CONTRATANTE, reservada a este a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprovar.

**5.1.14** Orientar a produo e a impresso das peas gráficas e material aprovados pelo CONTRATANTE.

**5.1.14.1** O material a ser utilizado na distribuo s  será definido após sua aprovao pelo CONTRATANTE.



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



- 5.1.15** Entregar ao CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produ o e veicula o autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avalia o de seu estágio.
- 5.1.16** 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.
- 5.1.16.1** Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA ao CONTRATANTE até o prazo máximo de 2 (dois) dias úteis após a realiza o do contato.
- 5.1.16.2** Se houver incorre o no registro dos assuntos tratados, o CONTRATANTE solicitar  a necessária corre o, no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.
- 5.1.17** Tomar providências, imediatamente, em casos de altera es, rejei es, cancelamentos ou interrup es de um ou mais serviços, mediante comunica o do CONTRATANTE, respeitadas as obriga es 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.
- 5.1.18** S  divulgar informa es acerca da presta o dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome do CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autoriza o.
- 5.1.19** Prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicita o.
- 5.1.19.1** Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer opera o financeira.
- 5.1.19.2** Manter, durante a execu o deste contrato, todas as condi es de habilita o exigidas na TOMADA DE PREÇO que deu origem a este ajuste.
- 5.1.19.3** Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infra es a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legisla o estrangeira com rela o a trabalhos realizados ou distribu os no exterior.
- 5.1.19.4** Cumprir a legisla o trabalhista e securitária com rela o a seus empregados e, quando for o caso, com rela o a empregados de fornecedores contratados.
- 5.1.19.5** Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribui es devidas   Previdência Social, os encargos trabalhistas, pr mios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
- 5.1.19.6** 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.
- 5.1.19.7** Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprova o de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obriga es trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 5.1.19.8** 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.
- 5.1.19.9** Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto   estratégia de atua o do CONTRATANTE.
- 5.1.20** Responder perante o CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condu o dos serviços de sua responsabilidade, na veicula o de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.



**5.1.20.1** 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.

**5.1.20.2** 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 se obrigar por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

**5.1.20.2.1** Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços 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.

**5.1.20.3** 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.

**5.1.20.4** Preencher com os executores e valores contratados, nos Pedidos de Autorização de Veiculação e Divulgação – PADV, emitido pelos órgãos e entidades.

#### **CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE**

**6.1** Constituem obrigações do CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

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

**6.1.2** Comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte quatro) horas úteis;

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

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

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

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

**6.2** Para cumprimento do objeto do contrato, a CONTRATADA emitirá o Pedido de Autorização de Veiculação e Divulgação – PADV, documento obrigatório para autorizar cada serviço a ser executado.

#### **CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO**

**7.1** O CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

**7.1.1** O Gestor e Fiscal titular será ..... e o substituto será ..... 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 CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



**7.1.1.1** Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá ao 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.

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

**7.3** A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal do CONTRATANTE.

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

**7.5** 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 o CONTRATANTE.

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

**7.7** A ausência de comunicação por parte do CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

**7.8** 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.

**7.9** A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna do CONTRATANTE e ou auditoria externa por ele indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao CONTRATANTE.

**7.10** Ao CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

**7.11** O CONTRATANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela CONTRATADA.

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

## CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

**8.1** Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada e ressarcida conforme disposto nesta Cláusula.

**8.1.1** \_\_\_% (\_\_\_ por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA.

**8.1.1.1** Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

**8.1.1.2** A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará e com os preços correspondentes a serem cobrados do CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.2, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa.

**8.1.2** Honorários de \_\_\_% (\_\_\_ por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peças e ou material cuja distribuição



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



não proporcione   CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulga o, nos termos do art. 11 da Lei n  4.680/1965, de que trata o subitem 9.1.

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

**8.1.3** Honorários de \_\_\_% (\_\_\_ por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermedia o e supervisão da CONTRATADA, referentes ao planejamento e   execu o de pesquisas e de outros instrumentos de avalia o e de gera o de conhecimento pertinentes   execu o 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 intermedia o e supervisão da CONTRATADA, referentes   cria o e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunica o publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

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

**8.2** A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remunera o sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes   produ o de peças e materiais cuja distribui o proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulga o.

**8.3** Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exce oes, no exclusivo interesse do CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pelo CONTRATANTE.

**8.3.1** Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, loca o de veículos, entre outros, a fim de aferir a execu o da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.

**8.4** A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remunera o ou desconto de agência quando da utiliza o, pelo CONTRATANTE, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulga o, em qualquer a o publicitária pertinente a este contrato.

**8.5** As formas de remunera o estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse do CONTRATANTE, quando da renova o ou da prorroga o deste contrato.

#### **CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA**

**9.1** Além da remunera o prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunica o, em conformidade com o art. 11 da Lei Federal n  4.680/1965, regulamentada pelo Decreto n  57.690/1966.

**9.1.1** O desconto de que trata o subitem precedente   concedido   CONTRATADA pela concep o, execu o e distribui o de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei n  12.232/2010.

**9.2.** Nas veicula oes realizadas no exterior, a CONTRATADA apresentar , juntamente com as tabelas de preços dos veículos programados, declara o expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito   remunera o da agência.



## **CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS**

**10.1** A CONTRATADA cede ao CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias - incluídos os estudos, análises e planos -, campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

**10.1.1** O valor dessa cessão   considerado incluído nas modalidades de remunera o definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

**10.1.2** O CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

**10.1.3** A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo do Município de MILAGRES- Estado do Ceará, sem que caiba a eles ou ao CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

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

**10.2** Com vistas às contrata es que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitar  dos fornecedores dois orçamentos para a execu o do serviço, um de cessão por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que o CONTRATANTE escolha uma das op es.

**10.2.1** A CONTRATADA utilizar  os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionar  a contrata o ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pelo CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condi es estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 a 10.2.3.

**10.2.1.1** Na reutiliza o de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pelo CONTRATANTE em rela o ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 70% (setenta por cento). Para a reutiliza o por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

**10.2.1.2** O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a varia o do  ndice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Funda o Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

**10.2.2** Na reutiliza o de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em rela o ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 70% (setenta por cento). Para a reutiliza o 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 varia o do  ndice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Funda o Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

**10.2.3** Quando da reutiliza o de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pelo CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros





**GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES**  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



básicos a qualidade e os preos praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

**10.3** Qualquer remunerao devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produo.

**10.4** A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s)   pea e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos oramentos de produo aprovados pelo CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no subitem 5.1.7.

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

I - a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material ao CONTRATANTE, que poderá a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contado da data do pagamento do servio pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba ao CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II - que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, o CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em m dia compatível com seu uso e destinao por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestao de servios;

III - que qualquer remunerao devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produo.

**10.6** O CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculao, peas produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo do Município de MILAGRES- Estado do Ceará. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peas e o submeter  previamente ao CONTRATANTE.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – CONDIOES DE PAGAMENTO**

**11.1** Para a liquidao e pagamento de despesa referente aos servios previamente autorizados pelo CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - a correspondente Nota Fiscal Eletrônica em nome da entidade ao qual foi prestada a ao de publicidade, seja órgão da Administrao Direta ou Indireta, incluindo Empresa Pública, Autarquia ou Sociedade de Economia Mista, ou Servio Social Aut nomo.

II - a primeira via da Nota Fiscal do fornecedor ou do veículo, quando for o caso;

III - os documentos e comprovao da veiculao, da execuo dos servios e, quando for o caso, do comprovante de entrega.

**11.1.1** Os documentos de cobrana e demais informaoes necessários   comprovao da execuo e entrega dos servios, para a liquidao e pagamento das despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA ao CONTRATANTE, no endereo .....

**11.1.2** O Gestor deste contrato somente atestará a prestao dos servios e liberar  os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condioes pactuadas.

**11.1.3** A CONTRATADA deverá comprovar a regularidade fiscal e trabalhista, nas mesmas condioes de sua habilitao, validas para data de seus pagamentos;

**11.2** A liquidao de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

I - servios executados pela CONTRATADA:



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



- a) intermedia o e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresenta o dos documentos de cobrança, de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;
- b) execu o de serviços internos: apresenta o dos documentos de cobrança, de que trata o inciso I do subitem 11.1;
- II - serviços especializados prestados por fornecedores e veicula o:
- a) produ o e execu o técnica de peça e ou material: apresenta o dos documentos de cobrança, de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;
- b) planejamento e execu o de pesquisas e de outros instrumentos de avalia o e de gera o de conhecimento pertinentes   execu o do contrato: apresenta o dos documentos de cobrança, de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;
- c) cria o e desenvolvimento de formas inovadoras de comunica o publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresenta o dos documentos de cobrança, de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;
- d) veicula o: apresenta o dos documentos de cobrança, de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstra o do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da indica o dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inser o e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.5.
- e) acompanhamento e orienta o da comunica o institucional, assessoria e gerenciamento permanente de comunica o e marketing: apresenta o dos documentos de cobrança, de que tratam os incisos I, e II do subitem 11.1;
- 11.2.1** A liquida o da despesa com distribui o de peças e material de não m dia executada por fornecedores de serviços especializados terá o tratamento previsto na alínea 'a' do inciso II do subitem 11.2.
- 11.2.2** Na ocorrência de falha local em programa o eletrônica, rede nacional, além das providências previstas na alínea 'd' do subitem 11.2 a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descri o da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquida o.
- 11.2.3** Os preços de tabela de cada inser o e os descontos negociados, de que trata o art. 15 da Lei n  12.232/2010, serão conferidos e atestados pelo Gestor deste contrato, por ocasião da apresenta o do Plano de M dia pela CONTRATADA ao CONTRATANTE.
- 11.3** O pagamento das despesas será feito fora o mês de produ o ou de veicula o, em até 5 (cinco) dias após a apresenta o dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2.
- 11.4** Nos casos de veicula o no exterior, as condi es de liquida o e pagamento serão adaptadas às praxes de cada país e deverão levar em conta as disposi es do subitem 9.2.
- 11.5** No tocante   veicula o, além do previsto na alínea 'd' do inciso II 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 às informa es sobre período ou data de circula o, nome do Jornal e praça;
- III - demais meios: relatório de checagem de veicula o, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.
- 11.6** Para a efetiva o dos pagamentos, a CONTRATADA e os executores/fornecedores deverão estar com todas as certidões válidas no Cadastro Unificado de Fornecedores do Município de MILAGRES.



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES

Estado do Ceará

*Trabalho que faz a diferença*



**11.7** Caso se constate erro ou irregularidade na documenta o de cobrança, o CONTRATANTE, a seu juízo, poderá devolvê-la, para as devidas corre oes, ou aceita-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

**11.7.1** Na hipótese de devolu o, a documenta o será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condi oes contratuais.

**11.8** No caso de eventual falta de pagamento pelo CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicita o expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na varia o do  ndice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Funda o Getúlio Vargas.

**11.8.1** O CONTRATANTE não pagar  nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documenta o hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

**11.90** CONTRATANTE não pagar  nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não institui oes financeiras.

**11.10** Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até 5 (cinco) dias após o recebimento da ordem bancária do CONTRATANTE pela agência bancária pagadora.

**11.10.1** Em até 48h (quarenta e oito horas) após o prazo estipulado no item 11.10, a CONTRATADA encaminhará   CONTRATANTE, por e-mail, os comprovantes dos pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pelo CONTRATANTE, podendo ser disponibilizado no arquivo virtual a critério da CONTRATANTE.

**11.10.2A** CONTRATADA encaminhará   CONTRATANTE relatório, até o quinto dia de cada mês subsequente ao do pagamento, com a consolida o dos pagamentos, de que trata o subitem 11.10, efetuados no mês imediatamente anterior.

**11.10.3** Os dados e formato de controle dos pagamentos de que trata o subitem 11.10 serão definidos pelo CONTRATANTE, e os comprovantes e relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informaçoes:

- a) data do pagamento do CONTRATANTE ao CONTRATADO;
- b) data do pagamento da CONTRATADA ao fornecedor;
- c) valor pago;
- d) nome do favorecido; e
- e) número da Nota Fiscal.

**11.10.4** O não cumprimento do disposto nos subitens 11.10 e/ou 11.10.1 ou a não justificativa formal para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão dos pagamentos a CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência, ou ensejar a rescisão contratual.

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

**11.11** O CONTRATANTE, na condi o de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribui oes a que esteja obrigado pela legisla o vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar e obedecidos os prazos legais.

## **12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA**

**12.1A** CONTRATADA prestar  garantia, em favor do CONTRATANTE, no valor de R\$ \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), correspondente a 1,0 % (um por cento) do valor total para a execu o dos serviços objeto deste contrato, na forma prevista no subitem 26.1 do Edital que deu origem a esta contrata o.



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



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

**12.3** Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a CONTRATADA se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação do CONTRATANTE.

**12.4** Na hipótese de prorrogação deste contrato, o CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei Federal nº 8.666/1993.

**12.4.1** O documento de constituição da nova garantia, deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 10 (dez) dias, contado da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

**12.5** Após o cumprimento fiel e integral de todas as obrigações assumidas neste contrato, a garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 30 (trinta) dias úteis, mediante solicitação da CONTRATADA e certificação, pelo Gestor deste contrato, de que os serviços foram realizados a contento e que a CONTRATADA apresentou todos os comprovantes conforme subitem 11.10.1.

**12.5.1** Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base no rendimento da Poupança.

**12.6** A garantia constituída ficará retida no caso de rescisão contratual, até a definitiva solução das pendências administrativas ou judiciais.

### **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

**13.1** O descumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pelo CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

I - advertência;

II - multa;

III - suspensão temporária de participação em licitação, e impedimento de contratar com a Administração do Município de MILAGRES- Estado do Ceará, por prazo não superior a 2 (dois) anos, e dosada segundo a natureza e a gravidade da falta cometida.

IV - declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que o contratado ressarcir o CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no inciso anterior.

**13.1.1** As sanções previstas nos incisos I, III e IV do subitem anterior poderão ser aplicadas juntamente com a do inciso II, facultada a defesa prévia do interessado, no respectivo processo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, e observado o princípio da proporcionalidade.

**13.2.A** advertência é o aviso por escrito, emitido quando a CONTRATADA descumprir qualquer obrigação contratual.

**13.3.A** multa é a sanção pecuniária imposta à CONTRATADA por atraso injustificado na entrega ou execução do contrato, e será aplicada nos seguintes percentuais:

I - 0,33% (trinta e três centésimos por cento) por dia de atraso injustificado, na entrega de material ou execução de serviços, calculado sobre o valor correspondente à parte inadimplida, a contar do primeiro dia útil da data fixada para a entrega do serviço até o limite de 30 (trinta) dias de atraso;



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



II - 0,66% (sessenta e cinco centésimos por cento) por dia de atraso, na entrega de material ou execução de serviços, calculado, a partir do trigésimo primeiro dia de atraso, sobre o valor correspondente à parte inadimplida, sem prejuízo da rescisão deste contrato a partir do sexagésimo dia de atraso;

III - 5% (cinco por cento) em caso de recusa parcial ou total na entrega de material ou recusa na conclusão do serviço, calculado sobre a parte inadimplida;

IV - 5% (cinco por cento) sobre o valor da garantia de execução de serviços prevista no subitem 26.1 do edital, caso a CONTRATADA não instale escritório, sucursal ou equipe com a estrutura mínima e no prazo previstos no subitem 5.1.2.1 da Cláusula Quinta ou, ainda, deixe de manter escritório, sucursal ou equipe com a referida estrutura mínima;

V - 10% (dez por cento) sobre o valor estimado deste contrato, em caso de recusa injustificada em constituir a garantia prevista no subitem 12.1 da Cláusula Décima Segunda, sem prejuízo da rescisão deste contrato;

IV - 20% (vinte por cento) sobre o valor deste contrato, em caso de sua inexecução total ou parcial.

**13.3.1** A multa será formalizada por simples apostilamento contratual, na forma do art. 65, § 8º, da Lei nº 8.666/93 e será executada após regular processo administrativo, oferecido à CONTRATADA a oportunidade de defesa prévia, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, nos termos do § 3º do art. 86 da Lei nº 8.666/93, observada a seguinte ordem:

I - mediante desconto no valor da garantia deste contrato;

II - mediante desconto no valor das parcelas devidas à CONTRATADA;

III - mediante procedimento administrativo ou judicial de execução.

**13.3.2** Se a multa aplicada for superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá a CONTRATADA pela sua diferença, devidamente atualizada pelo Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, que será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pela CONTRATADA ou cobrados judicialmente.

**13.3.3** Em despacho, poderá ser relevado:

I - o atraso não superior a 5 (cinco) dias;

II - a execução de multa cujo montante seja inferior ao dos respectivos custos de cobrança.

**13.3.4** A sanção pecuniária prevista no inciso III do subitem 13.3 não se aplica nas hipóteses de rescisão contratual que não ensejam penalidades.

**13.4** A suspensão é a sanção que impede temporariamente a CONTRATADA de participar de licitações e de contratar com a Administração, de acordo com os prazos a seguir:

I - por até 30 (trinta) dias, quando, vencido o prazo de advertência, a CONTRATADA permanecer inadimplente;

II - por até 24 (vinte e quatro) meses, quando a CONTRATADA receber qualquer das multas previstas no subitem 13.3 e não efetuar o pagamento.

**13.4.1** A penalidade de suspensão será publicada no Diário Oficial do Município de MILAGRES- Estado do Ceará.

**13.5** A declaração de inidoneidade será aplicada pelo Secretário do Gabinete do Prefeito ou autoridade equivalente a que esteja subordinado o CONTRATANTE, à vista dos motivos informados na instrução processual.

**13.5.1A** declaração de inidoneidade permanecerá em vigor enquanto perdurarem os motivos que determinaram a punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que a aplicou, e será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir o CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes de sua conduta e após decorrido o prazo da sanção.

**13.5.2A** declaração de inidoneidade e ou sua extinção será publicada no Diário Oficial do Município de MILAGRES- Estado do Ceará, e seus efeitos serão extensivos a todos os órgãos e entidades integrantes



**GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES**  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



do Poder Executivo do Município de MILAGRES– Estado do Ceará e   Administra o Pública, consoante dispõe o art. 87, IV, da Lei Federal n  8.666/93.

**13.6** As san es previstas nos subitens 13.4 e 13.5 poderão também ser aplicadas   CONTRATADA, se, em razão dos contratos regidos pela Lei Federal n  8.666/93:

I - tenha sofrido condena o definitiva por praticar, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

II - tenha praticado atos  citos, visando frustrar os objetivos da licita o;

III - demonstrar não possuir idoneidade para contratar com o CONTRATANTE, em virtude de atos  citos praticados.

**13.7**   facultado   CONTRATADA interpor recurso contra a aplica o das penas de advertência, suspensão temporária ou de multa, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da ciência da respectiva notifica o.

**13.7.10** recurso será dirigido   autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do recebimento do recurso, sob pena de responsabilidade.

**13.7.2** Após o julgamento do(s) recurso(s), ou transcorrido o prazo sem a sua interposi o, a autoridade competente para aplica o da san o providenciará a sua imediata divulga o no  rg o Oficial do Município de MILAGRES- Estado do Ceará.

**13.8** Independentemente das san es legais cabíveis, a CONTRATADA ficará sujeita ao ressarcimento das perdas e danos causados ao CONTRATANTE pelo descumprimento das obriga es contratuais.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - RESCISÃO**

**14.1** O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, da Lei Federal n  8.666/1993.

**14.1.1** Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpela o judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e ampla defesa, quando a CONTRATADA:

a) fora atingida por protesto de título, execu o fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econ mico-financeira;

b) for envolvida em escândalo público e not rio;

c) quebrar o sigilo profissional;

d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informa es não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribui es contratuais;

e) não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obriga es contratuais;

f) motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos da  decorrentes e por perdas e danos que o CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;

g) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribui es previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;

h) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administra o Pública;

j) não comprovar a qualifica o técnica de funcionamento prevista no art. 4  da Lei n 12.232/2010;

i) deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.5.3, 11.10 e 11.10.1.



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



**14.2** Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remunera o será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pelo CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA, previstas no presente contrato.

**14.3** E caso de associa o da CONTRATADA com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorpora o, caberá ao CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato, com base em documenta o comprobatória que justifique quaisquer das ocorrências.

**14.4A** rescisão, por algum dos motivos previstos na Lei Federal n  8.666/1993, não dará   CONTRATADA direito a indeniza o a qualquer título, independentemente de interpela o judicial ou extrajudicial, com a exce o do que estabelece o art. 79,   2 , da Lei Federal n  8.666/1993.

**14.2** A rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte do CONTRATANTE, a reten o dos créditos decorrentes deste contrato limitadas ao valor dos prejuízos causados, além das san oes previstas neste ajuste, até a completa indeniza o dos danos.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DISPOSI OES GERAIS**

**15.1** A CONTRATADA guiar-se-  pelo Código de  tica dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com os preceitos do  1  do art. 37 da Constitui o Federal de 1998, com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

**15.2** A juízo do CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na TOMADA DE PREÇO que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modifica oes.

**15.3** O CONTRATANTE providenciará a publica o do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no órgão oficial do Município de MILAGRES- Estado do Ceará, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei Federal n  8.666/1993.

**15.4** Constituem direitos e prerrogativas do CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei Federal n  8.666/1993, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

**15.5** São assegurados ao CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei n  8.078, de 11.9.90 (Código de Defesa do Consumidor).

**15.6** A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposi oes deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá nova o ou renúncia nem lhes afetar  o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

**15.7** As informaçoes sobre a execu o deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulga o, serão divulgadas no sítio do CONTRATANTE na internet, em local específico para esse fim, garantido o livre acesso às informaçoes por quaisquer interessados.

**15.7.1** As informaçoes sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulga o.

**15.8**   vedada a presta o de serviços por familiar de agente público vinculado a cargos de confiança do Município de MILAGRES- Estado do Ceará, por intermédio da CONTRATADA.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - FORO**

**16.1** As quest oes decorrentes da execu o deste contrato que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Foro da Comarca de MILAGRES– Estado do Ceará, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em 3 (três) vias de igual teor.





GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



Local e data.

\_\_\_\_\_  
CONTRATANTE

\_\_\_\_\_  
CONTRATADA

Testemunha

Testemunha



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
Trabalho que faz a diferença



ANEXO VI

MODELO DE DECLARAÇÃO DE REGULARIDADE NO MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO

Ref.: TOMADA DE PREÇO Nº 011/2021-TP

DECLARAÇÃO

A empresa ....., com sede na Rua ....., na cidade de ....., Estado de ....., inscrita no CGC/MF sob o nº ....., neste ato representada pelo(a) Sr<sup>(a)</sup>. ....., portador(a) do RG nº ..... e do CPF/MF nº ....., **DECLARA**, para fins de participação na **TOMADA DE PREÇO Nº 011/2021-TP** do Município de MILAGRES– Estado do Ceará, sob as penas da lei que, nos termos do artigo 27, V, da Lei Federal 8.666/93, está em situação regular perante o Ministério do Trabalho e Emprego, no que se refere a proibição de trabalho noturno, perigoso ou insalubre a menores de 18 (dezoito) e de qualquer trabalho a menores de 16 (dezesseis) anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (catorze) anos, conforme preconiza o art. 7º, XXXIII, da Constituição Federal.

Local e data.

\_\_\_\_\_  
Empresa  
Assinatura do representante legal  
Nome e função da pessoa que assina

*Obs: Esta declaração deverá ser datilografada ou impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelo representante legal.*



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



## ANEXO VII

### MODELO DA DECLARA O DE INEXISTÊNCIA DE FATOS SUPERVENIENTES

#### DECLARA O

Ref.: TOMADA DE PREÇO N  011/2021-TP

A empresa ....., com sede na Rua ....., na cidade de ....., Estado de ....., inscrita no CGC/MF sob o n  ....., neste ato representada pelo(a) Sr(a). ....., portador(a) do RG n  ..... e do CPF/MF n  ....., **DECLARA**, para fins de participa o na **TOMADA DE PREÇO N  011/2021-TP** do Município de MILAGRES- Estado do Ceará, sob as penas da lei que, que até a presente data inexistem fato(s) superveniente(s) impeditivo(s) para sua habilita o no presente processo licitatório, estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores. Local e data.

\_\_\_\_\_  
Empresa  
Assinatura do representante legal  
Nome e fun o da pessoa que assina

*Obs: Esta declara o deverá ser datilografada ou impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelo representante legal.*



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



**ANEXO VIII**

**MODELO DE DECLARA O DE SUJEI O  S CONDI OES ESTABELECIDAS NO EDITAL**

   
Prefeitura do Município de MILAGRES  
A/C. Comissão Licita o  
Ref.: **TOMADA DE PREÇO N  011/2021-TP**

Prezados Senhores,

....., inscrito no CPF ....., portador do RG .....,  
abaixo assinado, na qualidade de responsável legal da proponente, ....., CNPJ  
....., DECLARA expressamente que se sujeita às condi oes estabelecidas no Edital  
acima citado, bem como que acatar  integralmente qualquer decisão que venha a ser tomada pelo  
licitador quanto   qualifica o apenas das proponentes que tenham atendido às condi oes estabelecidas  
no Edital e que demonstrem integral capacidade de executar o fornecimento previsto.  
\_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2018.

\_\_\_\_\_  
Empresa  
Assinatura do representante legal  
Nome e fun o da pessoa que assina

*Obs: Esta declara o deverá ser datilografada ou impressa em papel timbrado da empresa proponente e  
assinada pelo representante legal.*



ANEXO IX

PLANILHA DE JULGAMENTO DE PROPOSTAS

Mote da campanha: \_\_\_\_\_  
Julgador: \_\_\_\_\_

**1. Raciocínio Básico (valor 15 pontos)**

Critérios	0	1	2	3	4	5
<b>1.1 Diagnóstico das necessidades de comunica�o publicitária do Poder Executivo do Município de MILAGRES referente ao briefing proposto</b> <b>JUSTIFICATIVA DA PONTUA�O:</b> _____ _____ _____						
<b>1.2 Compreensão do proponente sobre o problema de comunica�o proposto</b> <b>JUSTIFICATIVA DA PONTUA�O:</b> _____ _____ _____						
<b>1.3 Desafios de comunica�o a serem enfrentados relativos ao problema de comunica�o proposto</b> <b>JUSTIFICATIVA DA PONTUA�O:</b> _____ _____ _____						

**PONTUA O SUTOTAL:** \_\_\_\_\_

Nome e assinatura do avaliador



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



Mote da campanha: \_\_\_\_\_

Julgador: \_\_\_\_\_

**2. Estratégia de Comunica o Publicitária (30 pontos)**

Critérios	0	1	2	3	4	5
<b>2.1 Adequa�o do partido temático e do conceito propostos � natureza e � qualifica�o do Poder Executivo do Município de MILAGRES e a seu problema especifico de comunica�o</b> <b>JUSTIFICATIVA DA PONTUA�O:</b> _____ _____ _____						
<b>2.2 Consistência lógica e a pertinência da argumenta�o apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto</b> <b>JUSTIFICATIVA DA PONTUA�O:</b> _____ _____ _____						
<b>2.3 Consistência lógica e a pertinência da argumenta�o apresentada em defesa da estratégia de comunica�o publicitária proposta</b> <b>JUSTIFICATIVA DA PONTUA�O:</b> _____ _____ _____						



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



<p>2.4 Adequa�o e a exequibilidade da estratégia de comunica�o publicitária proposta para a soluço do problema específico de comunica�o do Poder Executivo do Município de MILAGRES JUSTIFICATIVA DA PONTUA�O:</p> <hr/> <hr/> <hr/>						
<p>2.5 capacidade de articular os conhecimentos sobre o Poder Executivo do Município de MILAGRES, o mercado no qual se insere, seu problema específico de comunica�o, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível JUSTIFICATIVA DA PONTUA�O:</p> <hr/> <hr/> <hr/>						
<p>2.6 Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunica�o do Poder Executivo de MILAGRES com seus públicos JUSTIFICATIVA DA PONTUA�O:</p> <hr/> <hr/> <hr/>						
<p>PONTUA�O SUBTOTAL: _____</p>						
<p>Nome e assinatura do avaliador</p>						



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



Mote da campanha: \_\_\_\_\_

Julgador: \_\_\_\_\_

**3. Ideia Criativa (35 pontos)**

Critérios	0	1	2	3	4	5
<b>3.1 Adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo do Município de MILAGRES</b> <b>JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO:</b> _____ _____ _____						
<b>3.2 Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante</b> <b>JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO:</b> _____ _____ _____						
<b>3.3 Adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo</b> <b>JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO:</b> _____ _____ _____						
<b>3.4 Originalidade da combinação dos elementos que a constituem</b> <b>JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO:</b> _____ _____ _____						
<b>3.5 Pertinência às atividades do Poder Executivo do Município de MILAGRES e à sua inserção nos contextos social, político e econômico</b> <b>JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO:</b> _____ _____ _____						
<b>3.6 Exequibilidade das peças e ou do material</b> <b>JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO:</b> _____ _____						





GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



3.7 Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO:									
PONTUAÇÃO SUBTOTAL: _____									
Nome e assinatura do avaliador									



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
Trabalho que faz a diferença



Mote da campanha: \_\_\_\_\_

Julgador: \_\_\_\_\_

**4. Estratégia de Mídia e Não Mídia (25 pontos)**

Critérios	0	1	2	3	4	5
<b>4.1 Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários</b> JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____ _____						
<b>4.2 Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos</b> JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____ _____						
<b>4.3 Consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores</b> JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____ _____						
<b>4.4 Consistência demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Poder Executivo do Município de MILAGRES</b> JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____ _____						
<b>4.5 Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material</b> JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____ _____						

PONTUAÇÃO SUBTOTAL: \_\_\_\_\_

Nome e assinatura do avaliador



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



Motedacampanha: \_\_\_\_\_  
Julgador: \_\_\_\_\_

**5. Capacidade de Atendimento (25 pontos)**

Critérios	0	1	2	3	4	5
<b>5.1 Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado</b> <b>JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO:</b> _____ _____ _____						
<b>5.2 Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do Poder Executivo do Município de MILAGRES</b> <b>JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO:</b> _____ _____ _____						
<b>5.3 Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato</b> <b>JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO:</b> _____ _____ _____						
<b>5.4 Operacionalidade do relacionamento entre o Poder Executivo do Município de MILAGRES e a licitante, esquematizado na proposta</b> <b>JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO:</b> _____ _____ _____						
<b>5.5 Relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Poder Executivo do Município de MILAGRES, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato</b> <b>JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO:</b> _____ _____ _____						



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



PONTUA O SUBTOTAL: \_\_\_\_\_

Nome e assinatura do avaliador



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



Mote da campanha: \_\_\_\_\_

Julgador: \_\_\_\_\_

**6. Repertório (15 pontos)**

Critérios	0	1	2	3	4	5
<b>6.1 Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver</b> <b>JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO:</b> _____ _____ _____						
<b>6.2 Qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material</b> <b>JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO:</b> _____ _____ _____						
<b>6.3 Clareza da exposição das informações prestadas</b> <b>JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO:</b> _____ _____ _____						

**PONTUAÇÃO SUBTOTAL:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
**Nome e assinatura do avaliador**



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



Mote da campanha: \_\_\_\_\_

Julgador: \_\_\_\_\_

**7. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (15 pontos)**

Critérios	0	1	2	3	4	5
<b>7.1 Evidência de planejamento publicitário</b> <b>JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO:</b> _____ _____ _____						
<b>7.2 Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução</b> <b>JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO:</b> _____ _____ _____						
<b>7.3 Relevância dos resultados apresentados</b> <b>JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO:</b> _____ _____ _____						

**PONTUAÇÃO SUBTOTAL:** \_\_\_\_\_

Nome e assinatura do avaliador



GOVERNO MUNICIPAL DE MILAGRES  
Estado do Ceará  
*Trabalho que faz a diferença*



### PLANILHA DE JULGAMENTO – MÉDIA FINAL

Mote da campanha: \_\_\_\_\_

Quesito	Média dos julgadores
<u>1. Raciocínio Básico (valor 15 pontos)</u>	
<u>2. Estratégia de Comunicação Publicitária (30 pontos)</u>	
<u>3. Ideia Criativa (35 pontos)</u>	
<u>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia (25 pontos)</u>	
<u>5. Capacidade de Atendimento (25 pontos)</u>	
<u>6. Repertório (15 pontos)</u>	
<u>7. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</u>	
<b>MÉDIA FINAL</b>	

\_\_\_\_\_ Ass. Julgador 1

\_\_\_\_\_ Ass. Julgador 2

\_\_\_\_\_ Ass. Julgador 3



# VALORES REFERENCIAIS DE SERVIÇOS INTERNOS

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

**sinapro**  
CEARÁ

2020/2021

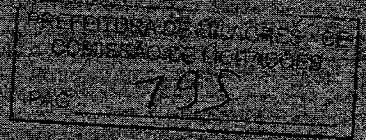


PREFEITURA DE MILAGRES - CE  
COMISSÃO DE LICITAÇÕES  
PAG. 799





**SINAPRO CEARÁ**  
**GESTÃO 2017 - 2020**



**Bob Santos**  
Presidente  
Agência - SG Propag

**Ana Celina Bueno**  
Diretora de Relações com Mercado  
Agência - Acesso Comunicação

**Paulo Henrique Donato**  
Diretor Institucional/Diretor Tesoureiro  
Agência - PHD Propaganda

**Claudio Augusto**  
Diretor Secretário  
Agência - CK Comunicação

**Chico Gualbernei**  
Conselheiro Fiscal  
Agência - Verve Comunicação

**André Mota**  
Conselheiro Fiscal  
Agência - Bolero Comunicação

**Evandro Colares**  
Conselheiro Fiscal  
Agência - Advance Comunicação



# SERVIÇOS INTERNOS DIGITAIS

ESTA TABELA CONTEMPLA CRIAÇÃO, CONCEPÇÃO E/OU LAYOUT.  
NÃO INCLUI: PROGRAMAÇÃO, EXECUÇÃO TECNOLÓGICA E PRODUÇÃO.

REFAÇÃO - ADICIONAL DE 40% VALORES EM REAIS.



# ANÚNCIOS DISPLAY

PREFEITURA DE MILAGRES - CE  
 COMISSÃO DE LICITAÇÕES  
 PAG. 797

	PEÇA/TIPO	criação	FINALIZAÇÃO	VALOR TOTAL
1	Qualquer formato / animação	R\$993,64	R\$662,43	R\$1.656,07
2	Qualquer formato / animação	R\$1.987,27	R\$1.324,85	R\$3.312,12
3	Qualquer formato / rich media (4.000 pixels x 200 pixels)	R\$3.974,55	R\$2.649,70	R\$6.624,25
	<b>PEÇA/TIPO</b>		<b>POR FORMATO</b>	<b>18 FORMATOS GDN*</b>
4	Replacação (ajustes de especificações para outros veículos)		R\$465,00	R\$2.084,00

## FORMATOS MAIS UTILIZADOS

	PEÇA/DIMENSÕES	PIXELS
5	Arranha-céu (Skyscraper)	120 x 600
6	Arranha-céu largo (Wide skyscraper)	160 x 600
7	Banner	468x60
8	Superbanner (Cabeçalho)	728x90
9	Superbanner expansível	728x90-728x300
10	Gigabanner (Cabeçalho grande)	970x90
11	Retângulo	180 x 150
12	Retângulo médio	300 x 250
13	Retângulo grande	336 x 280
14	Retângulo vertical	240 x 400
15	Barra vertical	200 x 446
16	Quadrado	250 x 250
17	Quadrado pequeno	200 x 200
18	Meia página (Half page)	300 x 600
19	Outdoor (Billboard)	970 x 250
20	Dhtml / Floater	Variável, até 72.200 pixels de área
	<b>MOBILE</b>	
21	Feature Phones	
22	Small Banner	120x20
23	Medium Banner	168x28
24	Large Banner	216x36
25	Smart Phones - Web & APPs	
26	Banner e Banner Expansível	300x50
27	Wide Banner e Wide Banner Expansível	320x50
28	Interstitial	300x250
29	Wallpaper	1920x1080
30	e-Book (Projeto Gráfico)	600x800
31	Custos de roteiro para publicações em stories, facebook, whatsapp.	1080x1920   1080x1080

Observação: Formatos padrão IAB e Rede Display Google (GDN). Sujeitos a alteração.



# OUTRAS PEÇAS

	PEÇA	CRIAÇÃO/FINALIZAÇÃO
32	Post simples/Anúncio Redes Sociais (jpg/gifs + texto)	R\$1.217,37
33	Post Carrossel (jpg/gifs + texto)	R\$2.434,75
34	Post Canvas	R\$1.200,00
35	Cover para Redes Sociais (estático)	R\$3.652,12

Obs.: Para anúncio estático cobrar 60%

	PEÇA	CRIAÇÃO / ANIMAÇÃO / PROGRAMAÇÃO
36	Anúncio para Tablet Horizontal ou Vertical	R\$2.400,00
37	Anúncio para Tablet Horizontal e Vertical	R\$3.800,00

1) Adaptações de materiais já criados: 40% do valor original

2) Os preços de anúncio para Tablet incluem animação e programação.

Para anúncio estático cobrar 60%.

# PROJETOS

Os preços a seguir referem-se a projetos solicitados com mais frequência por clientes. Incluem os custos de horas-homem dos profissionais envolvidos, das áreas Atendimento, Planejamento, Gestão, Design/Criação

## PREÇOS REFERENCIAIS

A realização de um projeto pode utilizar profissionais de todas as áreas ou não. Além disso, os projetos têm especialidades e graus de complexidade diferentes, que demandam mais ou menos horas-homem. Por isso, sugerimos a seguir preços referenciais baseados em projetos de média complexidade.

## ETAPAS DE TRABALHO

Etapas de trabalho possíveis para um projeto: diagnóstico, planejamento, protótipo, layout, desenvolvimento (programação) e produção de conteúdo. A existência ou não de todas as etapas depende da natureza e do grau de complexidade do projeto.

# BUSINESS INTELLIGENCE

	SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
	O Business Intelligence é amplo com várias áreas de atuação, tais como: big data, análise qualitativa e quantitativa de dados, planejamento de TI, banco de dados, entre outras. Escolhemos inserir o preço referência do serviço mais demandado pelos clientes: análise de campanhas de comunicação.	
38	<b>Análise de BI</b> Análise qualitativa de dados gerados a partir das diversas plataformas disponíveis no mercado que coletam dados nos canais utilizados nas ações.	R\$4.800,00



# CAMPANHAS DIGITAIS

	SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
	<b>PLANEJAMENTO DE CAMPANHA</b>	
39	Planejamento Estratégico de Campanhas Digitais	R\$ 25.600,00
40	Planejamento de Mídia para Campanhas Digitais	R\$ 16.000,00

Observação: Planejamento estimado para campanhas de porte médio com volume de autorização de mídia com até 5 canais digitais.

	SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
	<b>GESTÃO DE CAMPANHA DE PERFORMANCE</b> Acompanhamento diário da campanha, com otimização constante, incluindo a implementação de recursos e ferramentas que visam garantir a melhor performance da conta, além do controle orçamentário da campanha.	
41	<b>Rede de Display</b> Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada
42	<b>Programática</b> Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada
43	<b>Campanhas Digitais</b> Campanhas digitais por meio de impulsionamento de postagens em redes sociais e plataformas digitais.	20% da verba gerenciada

Observação: Preço mínimo para Gestão de Campanha de Performance: R\$ 2.400/mês.

## LINKS PATROCINADOS

	SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
44	Planejamento e Criação	20% da verba gerenciada
45	Gestão de Campanha	20% da verba gerenciada
46	<b>Rede de Pesquisa</b> Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada

## ADVERGAMES

	SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
47	Planejamento de Advertising in Game	R\$ 29.813,00
48	Design por Interface (preço por tela)	Preço sob Consulta
49	Game Online Standard	Preço sob Consulta
50	Mobile	Preço sob Consulta
51	Game On-line Original	Preço sob Consulta
52	Social Game (Jogos p/ mídias sociais)	Preço sob Consulta



# REDES SOCIAIS

PREFEITURA DE SÃO CARLOS  
COMISSÃO DE LICITAÇÕES  
200

	SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
	<p><b>PLANEJAMENTO DE REDES SOCIAIS</b></p> <p>O planejamento de redes sociais inclui definição dos objetivos, conteúdo, plataformas e canais, incluindo a identidade visual desses canais, recursos a serem utilizados, persona da marca, métricas e monitoramento de resultados. Exige um diagnóstico que consiste em mapear a atuação da marca nas diversas plataformas sociais e a identidade percebida e compartilhada por seus stakeholders.</p>	
53	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnóstico da presença nas redes sociais</li> <li>• Definição dos objetivos a serem atingidos</li> <li>• Avaliação das melhores plataformas para a marca e definição do papel estratégico de cada uma</li> <li>• Criação de guia de conteúdo, incluindo a identidade visual, recursos a serem utilizados, persona da marca, tom de voz, editorial e volumetria.</li> <li>• Definição de métricas para acompanhamento</li> <li>• Definição de ferramentas para análise de desempenho</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>R\$ 26.400,00</b></p>

	SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
	<p><b>GESTÃO DE REDES SOCIAIS</b></p> <p>Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação. Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais. O monitoramento contínuo inclui o relacionamento com os stakeholders, análises de métricas relevantes e ações emergenciais de acordo com o que for detectado.</p>	
54	<p><b>Gestão de Canais e Conteúdo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação</li> <li>• Publicação de conteúdo próprio ou de terceiros</li> <li>• Planejamento recorrente dos temas abordados no mês</li> <li>• Entrega e apresentação de relatório mensal</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>R\$ 14.400,00/mês</b></p>
55	<p><b>Gestão de Monitoramento</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais (até 800 menções/mês)</li> <li>• Monitoramento das postagens com métricas, análise, avaliação de resultados</li> <li>• Monitoramento de menções e temperatura de humor</li> <li>• Monitoramento de resultados de ações e campanhas</li> <li>• Indicadores de desempenho (KPIs)</li> <li>• Entrega e apresentação de relatório mensal</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>R\$ 16.000,00/mês</b></p>
56	<p><b>Gestão de Relacionamento</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Monitoramento do relacionamento dos seguidores com a marca (até 5.000 seguidores)</li> <li>• Classificação do perfil de seguidores e influenciadores</li> <li>• Monitoramento e análise para ações emergenciais complexas e sem complexidade</li> <li>• Volume médio de 150 interações por mês</li> <li>• Entrega e apresentação de relatório mensal</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>R\$ 16.800,00/mês</b></p>
57	<p><b>Gerenciamento de WhatsApp</b> (até 200 interações por mês)</p>	<p style="text-align: center;"><b>R\$ 19.891,00/mês</b></p>

Observação: Imagens devem ser fornecidas pelo cliente ou através de banco de imagens comprado. Serviços extras pagos a parte como: cobertura de eventos (incluindo os noturnos e em finais de semanas/feriados), produção de vídeos, contratação de ferramentas de monitoramento e SAC (relacionamento).



# SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION)

	SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
	<p><b>PLANEJAMENTO</b></p> <p>Etapa fundamental para o sucesso dos projetos de SEO, o planejamento identifica os melhores termos (palavras-chave) e melhores canais para posicionar a marca, considerando o produto/serviço, concorrência e, principalmente, volume de buscas na internet, a fim de assegurar o melhor posicionamento da marca nos sites de busca. São definidas as metas e os KPIs que nortearão a gestão de SEO. Estratégias de link building, conteúdo e performance também são definidas no planejamento, bem como melhorias técnicas para otimizar a indexabilidade nos mecanismos de busca.</p>	
58	<ul style="list-style-type: none"> <li>Análise do comportamento de busca do mercado da empresa</li> <li>Definição de palavras-chave positivas e negativas que afetam a audiência</li> <li>Identificação das palavras-chave que estão mais associadas ao domínio</li> <li>Definição dos melhores canais (buscadores)</li> <li>Definição dos tipos de conteúdo mais adequados</li> <li>Definição das estratégias de link building</li> <li>Análise do Ranking orgânico (organic) e de autoridade (authority)</li> <li>Estudo de consistência das palavras-chave em páginas específicas</li> <li>Traffic source - tendências no volume de buscas para o mercado/segmento, em todos os buscadores</li> <li>Análise do Campo Semântico para qualificação da audiência desejada</li> <li>Definição da estratégia de Gestão de Autoridade</li> <li>Definição de Metas e KPIs</li> </ul>	R\$ 26.400,00

	SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
	<p><b>DIAGNÓSTICO E SETUP INICIAL DO CAIXA</b></p> <p>Consiste em ações técnicas no canal, executadas no início do trabalho de gestão, que visam corrigir falhas e tornar o canal ótimo e relevante para os buscadores.</p>	
59	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apontamento de otimizações da estrutura da informação no site</li> <li>Melhorias no Title e Meta Description</li> <li>Correções na indexação do site (rastreamento, ações manuais, DNS, 404, robots, sitemaps e servidor)</li> <li>Levantamento de Transferência de propriedade e autoridade de página/domínio</li> <li>Análises de Broken Link, Backlinks e Link Building</li> <li>Identificação de erros e fatores que podem ser interpretados como black hat</li> <li>Relatório de posição do site na busca orgânica em palavras-chave positivas</li> </ul>	R\$ 12.000,00

Observação: Preço para 20 Seções/Templates

	SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
	<p><b>GESTÃO DE SEO</b></p> <p>A gestão de SEO é um trabalho contínuo, visto que os algoritmos de busca evoluem constantemente. É fundamental para chegar à primeira página dos buscadores e manter o site em evidência.</p>	
60	<ul style="list-style-type: none"> <li>Orientações para criação de conteúdos relacionados aos objetivos traçados</li> <li>Instruções técnicas para otimização de páginas</li> <li>Revisão constante de códigos do canal</li> <li>Otimização do conteúdo e das imagens</li> <li>Instruções para otimização de back-links</li> <li>Gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento</li> <li>Volume sugerido criação de um conteúdo por semana.</li> </ul>	R\$ 9.600,00/mês

Observação: Escopo e investimentos estimados para um canal de pequeno e médio porte com especificação funcional semelhante aos criados nesta tabela.



# WEBSITE

	SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
61	Criação	R\$ 2.850,00 (preço por tela)
62	Programação, Execução Tecnológica e Produção	Preço Sob Consulta

# HOTSITE

	SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
63	Criação	R\$ 2.850,00 (preço por tela)
64	Programação, Execução Tecnológica e Produção	Preço Sob Consulta

# MOBILE SITE

	SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
65	Criação	R\$ 2.850,00 (preço por tela)
66	Programação, Execução Tecnológica e Produção	Preço Sob Consulta

# BLOG

	SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
67	Criação	R\$ 7.200,00 (preço por tela)
68	Programação, Execução Tecnológica e Produção	Preço Sob Consulta



# LANDING PAGE

	SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
69	Criação	R\$ 7.728,29 (preço por tela)
70	Programação, Execução Tecnológica e Produção	Preço Sob Consulta

Observações válidas para Website, Hotsite, Mobile Site, Blog e Landing Page:  
 1) Os preços não incluem produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo.  
 2) Os preços não incluem hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.

# MOBILE APP

	SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
71	Criação de aplicativos (por página)	R\$ 2.850,00
72	Planejamento de aplicativos	R\$ 13.416,00
73	Aplicativo original (execução)	Preço Sob Consulta

# E-COMMERCE

	SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
74	Criação (por página)	R\$ 2.850,00
75	Planejamento	R\$ 13.416,00
76	Execução	Preço Sob Consulta

Observações:  
 1) O preço não inclui: planejamento, treinamento, homologação de meios de pagamento, homologação de formas de entrega e carga de produtos.  
 2) O preço não inclui desenvolvimento ou locação de plataforma, que deve ser orçado à parte.  
 3) O preço não inclui hospedagem, compra de domínio e certificados, que devem ser orçados à parte.



# E-MAIL MARKETING

	SERVIÇO / ESCOPO	criação	FINALIZAÇÃO	VALOR TOTAL
	Página criada exclusivamente como destino de uma campanha. Tem como principal objetivo informar o usuário sobre uma determinada ação, lançamento, promoção com foco em aumentar o engajamento e conversão.			
77	<b>Criação de layout</b> Criação de layout com conteúdo produzido a partir de briefing do cliente e mais diagramação.	R\$ 4.769,00	R\$ 3.180,00	R\$ 7.950,00
78	<b>Produção HTML</b>	R\$ 1.590,00		R\$ 1.590,00
79	<b>Ferramenta de envio</b>			Preço Sob Consulta
80	<b>Disparo</b>			Preço Sob Consulta
81	<b>Mensuração</b>			Preço Sob Consulta
82	<b>Outros serviços de E-mail Marketing</b> Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.			Preço Sob Consulta

# NEWSLETTER

	SERVIÇO / ESCOPO	criação	FINALIZAÇÃO	VALOR TOTAL
83	<b>Produção Editorial</b>	R\$ 3.972,00		R\$ 3.972,00
84	<b>Criação de Layout</b>	R\$ 7.950,00	R\$ 5.298,00	R\$ 13.248,00
85	<b>Produção HTML</b>	R\$ 2.583,00		R\$ 2.583,00
86	<b>Ferramenta de envio</b>			Preço Sob Consulta
87	<b>Disparo</b>			Preço Sob Consulta
88	<b>Mensuração</b>			Preço Sob Consulta
89	<b>Outros serviços de Newsletter</b> Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.			Preço Sob Consulta



# WHATSAPP

PREFEITURA DE MILIOPRES CE  
COMISSÃO DE LICITAÇÕES  
PAG 205

	SERVIÇO / ESCOPO	criação	FINALIZAÇÃO	TOTAL
90	Card sem animação	R\$ 3.756,00	R\$ 2.505,00	R\$ 6.261,00
91	Card com animação	R\$ 5.364,00	R\$ 3.576,00	R\$ 8.943,00

## MODELO DE PRECIFICAÇÃO OPCIONAL

Custos referenciais hora-homem para planejamento, criação, execução e gestão de projetos digitais, com natureza e grau de complexidade diferentes e custos variáveis.

### EXEMPLOS:

Site, mobile site, hot site, e-commerce, landing page, blog e mobile app.

Análise de presença, Planejamento e Gestão de marcas em redes sociais.

Planejamento e Gestão de campanhas digitais.

Planejamento, setup e gestão de SEO.

Produção de conteúdo especializado e multimídia para sites, redes sociais etc.

Criação e produção de intervenções diferenciadas.

**O orçamento final será baseado em dois pilares essenciais:**

- 1- Detalhamento claro do escopo de trabalho.
- 2- Metodologia para execução e gestão de projeto.

## VALORES REFERENCIAIS DE HORA-HOMEM POR ÁREA

	ÁREAS	VALORES REFERENCIAIS DE HORA-HOMEM
92	PLANEJAMENTO	R\$ 360 a R\$ 540
93	ATENDIMENTO E GESTÃO	R\$ 240 a R\$ 360
94	DESIGN E CRIAÇÃO	R\$ 360 a R\$ 540
95	PRODUÇÃO DE CONTEÚDO (WEB OU REDES SOCIAIS)	R\$ 240 a R\$ 360
96	PROGRAMAÇÃO	Preço Sob consulta



# ANEXO - INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Este Anexo segue rigorosamente as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas Padrão, bem como a legislação da indústria da Propaganda, particularmente a Lei nº 4.680/65, e os Decretos nº 57.690/66 e nº 4.563/02.

## Serviços Internos

Os serviços internos são cobrados conforme os valores estipulados neste documento e devem obedecer ao item 3.6 das Normas-Padrão do CENP.

## Serviços Externos

São todos os serviços contratados com terceiros para execução dos trabalhos dos clientes anunciantes sob supervisão da agência. Os honorários de agência à taxa de 15% (quinze por cento) incidentes sobre os custos dos serviços de terceiros devem seguir o estipulado nos itens 3.6.1 e 3.6.2 das Normas-Padrão do CENP. Os honorários não incidem sobre os serviços internos, impostos, encargos sociais e reembolsos de despesas.

## Reembolso de Despesas

Todos os gastos efetuados a serviço do cliente serão previamente autorizados e efetivamente comprovados, sendo debitados pelo preço de custo sem incidência de honorários ou comissões. Exemplos: viagens, diárias, transporte, alimentação, comunicação em geral, fotocópias etc. Quando os reembolsos de despesas sofrerem taxaço de ISS, este custo deve ser repassado ao cliente.

## Serviços não Previstos

A cobrança de serviços não previstos neste documento são de livre acerto entre a agência e o cliente.

## Interior do Estado

Este documento é aplicável a todo o estado do Ceará.  
Para o interior do estado, os preços praticados serão de 50% dos valores desta tabela.

TABELA VÁLIDA ATÉ FEVEREIRO DE 2021.



# SERVIÇOS INTERNOS OFF-LINE

ESTA TABELA CONTEMPLA CRIAÇÃO, CONCEPÇÃO E/OU LAYOUT,  
NÃO INCLUI: PROGRAMAÇÃO, EXECUÇÃO TECNOLÓGICA E PRODUÇÃO.

REFAÇÃO - ADICIONAL DE 40% VALORES EM REAIS



Criação Campanha (tema/conceito*)		Valores em R\$	
			Total
1	Imobiliária		R\$ 15.503,00
2	Produto	PREFEITURA DE FLAC	R\$ 20.455,00
3	Varejo	COMISSÃO DE LICITA	R\$ 13.997,00
4	Institucional público/privado	PAG 208	R\$ 20.455,00
5	Serviço, Comunicação, Educação, Cultura, Turismo		R\$ 13.997,00
6	Ecologia		R\$ 7.537,00
7	Responsabilidade social		R\$ 7.537,00
8	Não mídia		R\$ 26.915,00
9	Internet		R\$ 26.915,00
10	Posicionamento e reposicionamento de Marca		R\$ 20.455,00
11	Endomarketing		R\$ 20.455,00

Planejamento*			
			Total
12	Lançamento de empresa		R\$ 60.664,00
13	Lançamento/Relançamento de produto		R\$ 60.664,00
14	Lançamento imobiliário		R\$ 34.666,00
15	Planejamento anual de produto/marca		R\$ 60.664,00
16	Ação de guerrilha		R\$ 13.997,00
17	Campanha guerrilha		R\$ 74.283,00
18	Ação promocional		R\$ 13.997,00
19	Campanha promocional		R\$ 51.998,00
20	Campanha incentivo e/ou relacionamento		R\$ 37.140,00
21	Calendário anual promocional		R\$ 59.188,00
22	Convenção		R\$ 53.754,00
23	Eventos		R\$ 53.754,00
24	Participação de feiras		R\$ 37.140,00
25	Raciocínio básico		R\$ 11.415,00
26	Estratégia de comunicação publicitária		R\$ 11.415,00
27	Ideia criativa (só texto, não inclui as peças)		R\$ 11.415,00
28	Estratégia de mídia e não mídia		R\$ 7.649,00
29	Plano de mídia (por meio)		R\$ 1.404,00
30	Relatos de casos (cada)		R\$ 3.718,00
31	Levantamento de dados sobre o cliente ou produto, quando não fornecido pelo cliente para fazer o briefing		R\$ 5.694,00
32	Briefing (quando não fornecido pelo cliente)		R\$ 7.648,00
33	Planejamento de campanha Institucional		R\$ 51.998,00
34	Posicionamento e reposicionamento de Marca		R\$ 20.455,00
35	Endomarketing		R\$ 20.455,00
36	Questionário para Pesquisa		R\$ 7.649,00
37	Roteiro para pesquisa Qualitativa		R\$ 7.649,00
38	Planejamento e Mecânica para Promoção e Concursos		R\$ 51.998,00
39	Regulamento para Promoção e Concursos		R\$ 7.649,00
* Não inclusos os custos do tema/conceito de campanha e/ou criação, finalização e computação gráfica das peças sugeridas no planejamento.			
Projetos Gráficos (não inclusos os custos de finalização e computação gráfica, que deverão ser cobrados à parte)			
			Total
40	Catálogo até 16 páginas		R\$ 6.460,00



Projetos Gráficos (não inclusos os custos de finalização e computação gráfica, que deverão ser cobrados à parte)					
				Total	
41	Catálogo até 16 páginas			R\$ 6.460,00	
42	Catálogo até 48 páginas			R\$ 12.919,00	
43	Folder especial de lançamento imobiliário até 16 páginas			R\$ 9.689,00	
44	Folder especial de lançamento imobiliário até 48 páginas			R\$ 19.379,00	
45	Livro de texto (por página)			R\$ 745,00	
46	Livro com ilustração (por página)			R\$ 2.017,00	
47	Livro institucional (por página)			R\$ 1.345,00	
48	Livro de arte (por página)			R\$ 2.017,00	
49	Jornal			R\$ 745,00	
50	Revista (por página)			R\$ 1.345,00	
51	Relatório anual/diretoria (por página)			R\$ 1.345,00	
52	House Organ (por página)			R\$ 745,00	
53	Agenda (por página customizada)			R\$ 2.017,00	
54	Mostruários			R\$ 12.919,00	
55	Cartilha (por página)			R\$ 2.017,00	
56	Encarte CD/DVD			R\$ 5.384,00	
57	Encarte jornal/revista			R\$ 5.384,00	
58	Newsletter			R\$ 5.384,00	
59	Portfólio (por página)			R\$ 2.017,00	
60	Apresentação em Power Point ou Similar (por página)			R\$ 1.850,00	
61	Apresentação em Flash (por slide)			R\$ 2.750,00	
62	Álbum de Figurinha (por página)			R\$ 3.025,00	
63	Papelaria			R\$ 9.364,00	
64	Calendário			R\$ 14.716,00	
<b>Projeto de Programação Visual (não inclusos os custos de produção, finalização e computação gráfica)</b>					
				Total	
65	Eventos e Feiras			R\$ 17.224,00	
66	Microempresa			R\$ 7.432,00	
67	Pequena empresa			R\$ 9.817,00	
68	Média empresa			R\$ 15.598,00	
69	Grande empresa			R\$ 27.431,00	
<b>Anúncios de Jornal (caderno tamanho standard)</b>					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
70	Até 1/4 página (80 cm/col)	1.314,00	641,00	296,00	R\$ 2.251,00
71	Até 1/2 página (160 cm/col); Orelha	2.244,00	871,00	569,00	R\$ 3.684,00
72	Até 1 página (684 cm/col); Sobrecapa de 1 página	2.905,00	1.216,00	1.097,00	R\$ 5.218,00
73	Página dupla; Sobrecapa dupla promocional	4.359,00	2.143,00	2.190,00	R\$ 8.692,00
74	Apliques, Cintas	1.402,00	547,00	296,00	R\$ 2.245,00
75	Fronhas plásticas; Post-it	879,00	504,00	246,00	R\$ 1.629,00
<b>Anúncio de Jornal (caderno tamanho classificados)</b>					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
76	Até 60 cm/col	879,00	331,00	180,00	R\$ 1.390,00
77	Até 1/2 página	1.333,00	520,00	296,00	R\$ 2.149,00
78	Até 1 página	1.728,00	693,00	569,00	R\$ 2.990,00
79	Página dupla	2.595,00	1.216,00	1.097,00	R\$ 4.908,00
<b>Edital (Atas/Avisos/Balancetes/Balancos/Editais)</b>					

PREFEITURA DE MLAGRÃO  
COMISSÃO DE LICITAÇÕES  
PAG 209



PREÇO DE LANCAMENTO  
 270

Edital (Atas/Avisos/Balancetes/Balancos/Editais)					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
80	Até 1/4 página (80 cm/col)	R\$ 792,00	R\$ 406,00	R\$ 180,00	R\$ 1.378,00
81	Até 1/2 página (160 cm/col)	R\$ 1.265,00	R\$ 662,00	R\$ 246,00	R\$ 2.173,00
82	Até 1 página (684 cm/col)	R\$ 1.640,00	R\$ 794,00	R\$ 492,00	R\$ 2.926,00
83	Página dupla	R\$ 2.467,00	R\$ 1.492,00	R\$ 986,00	R\$ 4.945,00

Anúncio Revista					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
84	Até 1/2 página	R\$ 1.224,00	R\$ 473,00	R\$ 455,00	R\$ 2.152,00
85	Até 1 página; Sobrecapa	R\$ 1.839,00	R\$ 712,00	R\$ 728,00	R\$ 3.279,00
86	Até página dupla	R\$ 3.079,00	R\$ 1.202,00	R\$ 1.412,00	R\$ 5.693,00
87	Apliques	R\$ 1.402,00	R\$ 547,00	R\$ 296,00	R\$ 2.245,00
88	Cintas; Post-it; Marcador	R\$ 871,00	R\$ 473,00	R\$ 246,00	R\$ 1.590,00
89	Fronhas plásticas	R\$ 986,00	R\$ 510,00	R\$ 246,00	R\$ 1.742,00
90	Orelha	R\$ 1.216,00	R\$ 473,00	R\$ 296,00	R\$ 1.985,00

Anúncio Publieditorial					
		Diagramação	Finalização	Computação Gráfica	Total
91	Jornal até 80cm/col	R\$ 792,00	R\$ 808,00	R\$ 296,00	R\$ 1.896,00
92	Jornal até 160cm/col	R\$ 1.265,00	R\$ 1.327,00	R\$ 455,00	R\$ 3.047,00
93	Jornal até 1 página	R\$ 1.643,00	R\$ 1.590,00	R\$ 750,00	R\$ 3.983,00
94	Jornal página dupla	R\$ 2.297,00	R\$ 2.910,00	R\$ 1.048,00	R\$ 6.255,00
95	Revista até 1/2 página	R\$ 792,00	R\$ 808,00	R\$ 296,00	R\$ 1.896,00
96	Revista até 1 página	R\$ 1.265,00	R\$ 1.327,00	R\$ 455,00	R\$ 3.047,00
97	Revista página dupla	R\$ 1.708,00	R\$ 1.590,00	R\$ 562,00	R\$ 3.860,00

Outdoor/Indoor					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
98	Adesivo de chão	R\$ 2.639,00	R\$ 785,00	R\$ 1.230,00	R\$ 4.654,00
99	Adesivo de vitrine	R\$ 1.560,00	R\$ 1.208,00	R\$ 971,00	R\$ 3.739,00
100	Adesivo lateral escada rolante	R\$ 1.560,00	R\$ 844,00	R\$ 747,00	R\$ 3.151,00
101	Adesivo para vidro de carro até formato A4	R\$ 802,00	R\$ 488,00	R\$ 296,00	R\$ 1.586,00
102	Blimp	R\$ 810,00	R\$ 331,00	R\$ 285,00	R\$ 1.426,00
103	Busdoor - Taxidoor - Painel lateral de ônibus	R\$ 1.560,00	R\$ 844,00	R\$ 747,00	R\$ 3.151,00
104	Cancela	R\$ 638,00	R\$ 331,00	R\$ 284,00	R\$ 1.253,00
105	Carrinho de bagagem ou supermercado	R\$ 1.413,00	R\$ 603,00	R\$ 750,00	R\$ 2.766,00
106	Colunas de garagem	R\$ 1.413,00	R\$ 603,00	R\$ 750,00	R\$ 2.766,00
107	Display clássico, take one, especial	R\$ 1.413,00	R\$ 603,00	R\$ 750,00	R\$ 2.766,00
108	Empena	R\$ 2.831,00	R\$ 2.422,00	R\$ 2.711,00	R\$ 7.964,00
109	Encosto de cabeça	R\$ 517,00	R\$ 331,00	R\$ 285,00	R\$ 1.133,00
110	Esteira de bagagem	R\$ 3.682,00	R\$ 1.574,00	R\$ 971,00	R\$ 6.227,00
111	Faixa - Faixeta (avião, rua, supermercado)	R\$ 517,00	R\$ 331,00	R\$ 285,00	R\$ 1.133,00
112	Frontlight - Backlight - Triedo (por face)	R\$ 2.833,00	R\$ 1.208,00	R\$ 747,00	R\$ 4.788,00
113	Jangadas	R\$ 638,00	R\$ 331,00	R\$ 285,00	R\$ 1.254,00



114	Jogo americano de bares e restaurantes	R\$ 1.413,00	R\$ 603,00	R\$ 750,00	R\$ 2.766,00
115	Lixeiras (mobiliário já existente)	R\$ 703,00	R\$ 331,00	R\$ 373,00	R\$ 1.407,00
116	Lixeiras (criação do mobiliário)	R\$ 1.404,00	R\$ 331,00	R\$ 373,00	R\$ 2.108,00
117	Luminoso teto de taxi	R\$ 1.560,00	R\$ 844,00	R\$ 747,00	R\$ 3.151,00
118	Motion Design Mídias 15"	R\$ 1.446,00	R\$ 235,00	R\$ 1.681,00	R\$ 3.127,00
119	Motion Design Mídias 30"	R\$ 1.735,00	R\$ 342,00	R\$ 2.077,00	R\$ 3.812,00
120	Motion Design Mídias 45"	R\$ 1.878,00	R\$ 709,00	R\$ 2.587,00	R\$ 4.465,00
121	Outdoor simples	R\$ 2.833,00	R\$ 1.208,00	R\$ 373,00	R\$ 4.414,00
122	Outdoor duplo	R\$ 3.684,00	R\$ 1.574,00	R\$ 747,00	R\$ 6.005,00
123	Outdoor envelopado acima de 104 m²	R\$ 6.220,00	R\$ 2.656,00	R\$ 5,97	
124	Outdoor envelopado duplo	R\$ 3.682,00	R\$ 1.574,00	R\$ 971,00	R\$ 6.227,00
125	Outdoor envelopado simples	R\$ 2.833,00	R\$ 1.208,00	R\$ 747,00	R\$ 4.788,00
126	Outdoor envelopado triplo	R\$ 4.786,00	R\$ 2.043,00	R\$ 971,00	R\$ 7.800,00
127	Outdoor triplo	R\$ 4.785,00	R\$ 2.043,00	R\$ 971,00	R\$ 7.799,00
128	Painel frontal do ponto de ônibus	R\$ 2.833,00	R\$ 1.208,00	R\$ 747,00	R\$ 4.788,00
129	Painel lateral do ponto de ônibus	R\$ 1.832,00	R\$ 785,00	R\$ 972,00	R\$ 3.589,00
130	Painel/Adesivo até 1 m²	R\$ 1.835,00	R\$ 785,00	R\$ 944,00	R\$ 3.564,00
131	Painel/Adesivo até formato 2 m²	R\$ 2.313,00	R\$ 988,00	R\$ 1.230,00	R\$ 4.531,00
132	Painel/Adesivo até formato 3 m²	R\$ 3.006,00	R\$ 1.284,00	R\$ 1.598,00	R\$ 5.888,00
133	Painel/Adesivo até formato 4 m²	R\$ 3.906,00	R\$ 1.667,00	R\$ 2.078,00	R\$ 7.651,00
134	Painel/Adesivo acima de 4 m²	R\$ 3.906,00	R\$ 1.843,00	R\$ 329,83	
135	Painel/Adesivo até formato A4	R\$ 802,00	R\$ 488,00	R\$ 373,00	R\$ 1.663,00
136	Painel/Adesivo até formato A3	R\$ 1.413,00	R\$ 603,00	R\$ 748,00	R\$ 2.764,00
137	Placa comemorativa/Homenagem	R\$ 542,00	R\$ 331,00	R\$ 296,00	R\$ 1.169,00
138	Placa de esquina de rua	R\$ 638,00	R\$ 331,00	R\$ 285,00	R\$ 1.254,00
139	Placa de estrada	R\$ 638,00	R\$ 331,00	R\$ 285,00	R\$ 1.254,00
140	Placa obra	R\$ 638,00	R\$ 331,00		
141	Porta de elevador	R\$ 1.560,00	R\$ 1.208,00	R\$ 971,00	R\$ 3.739,00
142	Relógio digital	R\$ 844,00	R\$ 572,00	R\$ 285,00	R\$ 1.701,00
143	Roleta de metrô	R\$ 638,00	R\$ 331,00	R\$ 285,00	R\$ 1.254,00
144	Windbanner	R\$ 1.835,00	R\$ 785,00	R\$ 945,00	R\$ 3.565,00
145	Backdroop	R\$ 638,00	R\$ 331,00	R\$ 285,00	R\$ 1.254,00
146	Fundo de palco m²	R\$ 1.835,00	R\$ 785,00	R\$ 273,00 m²	
147	Testeira de banca de jornal	R\$ 2.836,00	R\$ 1.208,00	R\$ 373,00	R\$ 4.417,00
148	Tintura de muro - tapume por m²	R\$ 227,00	R\$ 118,00		
149	Traseirão de ônibus	R\$ 2.831,00	R\$ 1.208,00	R\$ 971,00	R\$ 5.010,00

**Adesivagem Veículos**

		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
150	Carro passeio	R\$ 2.248,00	R\$ 1.903,00	R\$ 1.938,00	R\$ 6.089,00
151	Caminhão	R\$ 3.413,00	R\$ 1.903,00	R\$ 2.292,00	R\$ 7.608,00
152	Motocicleta	R\$ 1.357,00	R\$ 331,00	R\$ 373,00	R\$ 2.061,00
153	Veículo utilitário	R\$ 2.146,00	R\$ 1.903,00	R\$ 1.938,00	R\$ 5.987,00
154	Ônibus	R\$ 4.783,00	R\$ 2.043,00	R\$ 2.711,00	R\$ 9.537,00



Mídia Eletrônica - criação, texto e roteiro					
				Total	
155	Áudio/Spot até 30"			R\$ 2.043,00	
156	Áudio/Spot até 60"			R\$ 2.530,00	
157	Insert em spot			R\$ 348,00	
158	Jingle/Trilha até 30"			R\$ 3.739,00	
159	Jingle/Trilha de 31 a 60"			R\$ 4.608,00	
160	Insert em jingle			R\$ 1.246,00	
161	VT/Filme até 15"			R\$ 2.893,00	
162	VT/Filme até 30"			R\$ 4.815,00	
163	VT/Filme até 60"			R\$ 6.400,00	
164	Insert em VTs			R\$ 1.605,00	
165	Audiovisual/Documentário até 5'			R\$ 16.636,00	
166	Audiovisual/Documentário - por minuto excedente			R\$ 1.988,00	
167	Assinatura/Vinheta eletrônica			R\$ 1.735,00	
Mídia Eletrônica - gravação e transmissão via rede					
				Total	
168	Spot até 60"			R\$ 274,00	
169	Jingle/Trilha até 60"			R\$ 274,00	
170	Lettreiros/Assinaturas para TV			R\$ 318,00	
Textos/Roteiros					
				Total	
171					
172	Nome Fantasia			R\$ 4.429,00	
173	Nome Produto			R\$ 4.671,00	
174	Slogan empresa			R\$ 3.482,00	
175	Slogan imobiliário			R\$ 1.743,00	
176	Slogan para produto			R\$ 3.389,00	
177	Texto de carro de som			R\$ 2.043,00	
178	Texto-foguete			R\$ 857,00	
179	Texto para testemunhal			R\$ 2.043,00	
180	Roteiro vídeo treinamento ou institucional			R\$ 8.320,00	
181	Espera telefônica até 3"			R\$ 879,00	
182	Espera telefônica mais de 3"			R\$ 1.320,00	
183	Painel eletrônico até 10"			R\$ 879,00	
184	Script telemarketing			R\$ 857,00	
185	Press Release (por lauda)			R\$ 857,00	
186	Texto de apresentação em Power Point ou Flash (por tela)			R\$ 219,00	
Impressos					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
187	Anexo conta/contracheque (lâmina A4)	R\$ 446,00	R\$ 331,00	R\$ 180,00	R\$ 957,00
188	Broadside, Folder e Mala direta (lâmina A4)	R\$ 3.343,00	R\$ 1.294,00	R\$ 750,00	R\$ 5.387,00
189	Folder (lâmina A3)	R\$ 3.628,00	R\$ 1.402,00	R\$ 813,00	R\$ 5.843,00
190	Bloco de anotações; Cartão de visita; Envelope; Papel carta (por peça)	R\$ 430,00	R\$ 331,00	R\$ 296,00	R\$ 1.057,00
191	Cartaz/Pôster (até tamanho A1)	R\$ 1.835,00	R\$ 785,00	R\$ 1.459,00	R\$ 4.079,00
192	Cartaz/Pôster (até tamanho A2)	R\$ 1.832,00	R\$ 785,00	R\$ 972,00	R\$ 3.589,00
193	Cartaz/Pôster (até tamanho A3)	R\$ 1.413,00	R\$ 603,00	R\$ 750,00	R\$ 2.766,00

PREFEITURA DE MILAGRES DE  
COMISSÃO DE LICITAÇÕES  
PAG 222



194	Cartaz/Pôster até formato A4; Cartazete	RS 572,00	RS 499,00	RS 296,00	RS 1.367,00
195	Carta Circular (lâmina A4)	RS 695,00	RS 331,00	RS 90,00	RS 1.116,00
196	Convite para eventos (elaborado)	RS 2.110,00	RS 632,00	RS 383,00	RS 3.125,00
197	Convite para eventos (simples)	RS 1.623,00	RS 487,00	RS 296,00	RS 2.406,00
198	Encarte CD (lâmina A4)	RS 1.153,00	RS 796,00	RS 296,00	RS 2.245,00
199	Encarte em jornal/revista (lâmina A4)	RS 1.990,00	RS 1.043,00	RS 986,00	RS 4.019,00
200	Envelope especial (para convite, folder etc.)	RS 1.196,00	RS 986,00	RS 296,00	RS 2.478,00
200	Folheto (lâmina A4)	RS 2.248,00	RS 1.106,00	RS 750,00	RS 4.104,00
201	Folheto técnico (lâmina A4)	RS 898,00	RS 810,00	RS 455,00	RS 2.163,00
202	Formulários	RS 641,00	RS 499,00	RS 44,00	RS 1.184,00
203	Panfleto, Volante (lâmina A4)	RS 703,00	RS 331,00	RS 455,00	RS 1.489,00
204	Pasta especial	RS 1.229,00	RS 602,00	RS 747,00	RS 2.578,00
205	Pasta sem faca especial	RS 865,00	RS 364,00	RS 296,00	RS 1.525,00
206	Portfólio (lâmina A4)	RS 3.343,00	RS 1.294,00	RS 750,00	RS 5.387,00
207	Santinho	RS 506,00	RS 331,00	RS 296,00	RS 1.133,00
208	Selo	RS 813,00	RS 484,00	RS 44,00	RS 1.341,00

**Brindes**

		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
209	Agenda (por folha)	RS 291,00	RS 123,00	RS 44,00	RS 458,00
210	Aplicação de marca em brindes ou uniformes existentes	RS 331,00	RS 159,00	RS 44,00	RS 534,00
211	Avental	RS 756,00	RS 641,00	RS 44,00	RS 1.441,00
212	Baralho	RS 2.297,00	RS 1.043,00	RS 972,00	RS 4.312,00
213	Bandana	RS 643,00	RS 449,00	RS 44,00	RS 1.136,00
214	Imã de geladeira	RS 418,00	RS 331,00	RS 44,00	RS 793,00
215	Leque	RS 418,00	RS 331,00	RS 46,00	RS 795,00
216	Bolsa, Sacola	RS 756,00	RS 641,00	RS 44,00	RS 1.441,00
217	Boné, Viseira	RS 418,00	RS 331,00	RS 44,00	RS 793,00
218	Calendário (bolsa/mesa)	RS 849,00	RS 791,00	RS 296,00	RS 1.936,00
219	Calendário (custo por lâmina)	RS 1.224,00	RS 986,00	RS 296,00	RS 2.506,00
220	Camiseta	RS 756,00	RS 641,00	RS 44,00	RS 1.441,00
221	Caneta, Lápis	RS 499,00	RS 331,00	RS 44,00	RS 874,00
222	Car fresh	RS 876,00	RS 725,00	RS 180,00	RS 1.781,00
223	Chaveiro, Copo, Caixa de fósforo, Guardanapo	RS 443,00	RS 331,00	RS 44,00	RS 818,00
224	Guarda-Sol	RS 752,00	RS 331,00	RS 44,00	RS 1.127,00
225	Marcador de página	RS 752,00	RS 331,00	RS 44,00	RS 1.127,00
226	Mouse pad	RS 770,00	RS 488,00	RS 373,00	RS 1.631,00
227	Risque rabisque	RS 774,00	RS 488,00	RS 296,00	RS 1.558,00
228	Toalha	RS 876,00	RS 671,00	RS 180,00	RS 1.727,00

**Material Promocional/Ponto de Venda**

		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
229	Balcão para degustação c/ criação do mobiliário	RS 5.662,00	RS 1.208,00	RS 373,00	RS 7.243,00
230	Balcão para degustação s/ criação do mobiliário	RS 2.833,00	RS 1.208,00	RS 373,00	RS 4.414,00
231	Bandeira	RS 638,00	RS 488,00	RS 44,00	RS 1.170,00
232	Bandeirola (por lâmina)	RS 1.229,00	RS 818,00	RS 373,00	RS 2.420,00



		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
233	Banner acima de 3 m²	R\$ 1.835,00	R\$ 1.609,00	R\$ 273,15	
234	Banner até 1 m²	R\$ 1.835,00	R\$ 785,00	R\$ 945,00	R\$ 3.565,00
235	Banner até 2 m²	R\$ 1.835,00	R\$ 1.019,00	R\$ 1.232,00	R\$ 4.086,00
236	Banner até 3 m²	R\$ 1.835,00	R\$ 1.232,00	R\$ 1.599,00	R\$ 4.666,00
237	Bola/Balão de festa	R\$ 490,00	R\$ 331,00	R\$ 44,00	R\$ 865,00
238	Bolacha de chopp	R\$ 499,00	R\$ 331,00	R\$ 44,00	R\$ 874,00
239	Botton	R\$ 443,00	R\$ 331,00	R\$ 44,00	R\$ 818,00
240	Canopla	R\$ 331,00	R\$ 159,00	R\$ 44,00	R\$ 534,00
241	Cartão de crédito, cartão fidelização etc	R\$ 2.491,00	R\$ 572,00	R\$ 296,00	R\$ 3.359,00
242	Cartão: Aniversário, Natal, Ano Novo, Postal	R\$ 2.491,00	R\$ 622,00	R\$ 296,00	R\$ 3.409,00
243	Cartaz de preço	R\$ 874,00	R\$ 544,00	R\$ 180,00	R\$ 1.598,00
244	Cooler	R\$ 331,00	R\$ 159,00	R\$ 44,00	R\$ 534,00
245	Coroa de pilha	R\$ 1.560,00	R\$ 844,00	R\$ 747,00	R\$ 3.151,00
246	Crachá	R\$ 443,00	R\$ 331,00	R\$ 44,00	R\$ 818,00
247	Diploma	R\$ 813,00	R\$ 484,00	R\$ 44,00	R\$ 1.341,00
248	Display de balcão e parede	R\$ 1.229,00	R\$ 818,00	R\$ 373,00	R\$ 2.420,00
249	Display de vitrine	R\$ 1.560,00	R\$ 844,00	R\$ 747,00	R\$ 3.151,00
250	Display para exposição	R\$ 4.594,00	R\$ 785,00	R\$ 1.230,00	R\$ 6.609,00
251	Display preço	R\$ 988,00	R\$ 655,00	R\$ 373,00	R\$ 2.016,00
252	Display de ponta de gôndola	R\$ 1.560,00	R\$ 844,00	R\$ 747,00	R\$ 3.151,00
253	Fardas promocionais/esportivas/uniforme (linha)	R\$ 2.248,00		R\$ 44,00	
254	Ficha de inscrição/Cupom	R\$ 504,00	R\$ 331,00		
255	Flâmula	R\$ 736,00	R\$ 488,00		
256	Gargalheira	R\$ 876,00	R\$ 544,00	R\$ 296,00	R\$ 1.716,00
257	Inflável	R\$ 1.832,00	R\$ 785,00	R\$ 945,00	R\$ 3.562,00
258	Mobile (por peça)	R\$ 876,00	R\$ 544,00	R\$ 296,00	R\$ 1.716,00
259	Raspadinha	R\$ 1.122,00	R\$ 572,00	R\$ 180,00	R\$ 1.874,00
260	Separador de Gôndola	R\$ 1.229,00	R\$ 818,00	R\$ 373,00	R\$ 2.420,00
261	Saia de gôndola	R\$ 1.320,00	R\$ 499,00	R\$ 373,00	R\$ 2.192,00
262	Testeira de Gôndola	R\$ 1.229,00	R\$ 818,00	R\$ 373,00	R\$ 2.420,00
263	Pulseira de identificação	R\$ 331,00	R\$ 159,00	R\$ 44,00	R\$ 534,00
264	Tabela de Jogos	R\$ 2.248,00	R\$ 1.294,00	R\$ 750,00	R\$ 4.292,00
265	Cardápio (por página)	R\$ 915,00	R\$ 919,00	R\$ 455,00	R\$ 2.289,00
266	Totem	R\$ 1.413,00	R\$ 603,00	R\$ 750,00	R\$ 2.766,00
267	Uniforme promocional (por peça)	R\$ 756,00	R\$ 641,00	R\$ 44,00	R\$ 1.441,00
268	Wobbler, Danger, Stopper	R\$ 1.229,00	R\$ 818,00	R\$ 373,00	R\$ 2.420,00
<b>Feiras, Eventos e Shows</b>					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
669	Stand de feira s/ criação arquitetônica	R\$ 4.785,00	R\$ 2.043,00	R\$ 971,00	R\$ 7.799,00
270	Stand de feira c/ criação arquitetônica até 50 m²	R\$ 9.571,00	R\$ 2.043,00	R\$ 971,00	R\$ 12.585,00
271	Stand de feira acima de 50 m² (por m²)	R\$ 250,00	R\$ 70,00	R\$ 30,00	R\$ 350,00
272	Saia de palco	R\$ 556,00	R\$ 331,00	R\$ 285,00	R\$ 1.172,00



Editorial				COMISSÃO DE LICITAÇÕES	
		Criação de Conteúdo	Finalização	Computação Gráfica	Total
273	Boletim, House Organ, Newsletter, Jornal (lâmina A4)	R\$ 1.175,00	R\$ 443,00	R\$ 296,00	R\$ 1.914,00
274	Cartilha (lâmina A4)	R\$ 731,00	R\$ 331,00	R\$ 90,00	R\$ 1.152,00
275	Catálogo de moda (lâmina A4)	R\$ 3.343,00	R\$ 1.294,00	R\$ 750,00	R\$ 5.387,00
276	Catálogo produto (lâmina A4)	R\$ 915,00	R\$ 919,00	R\$ 455,00	R\$ 2.289,00
277	Catálogo serviço (lâmina A4)	R\$ 616,00	R\$ 547,00	R\$ 296,00	R\$ 1.459,00
278	Livreto técnico (lâmina A4)	R\$ 1.260,00	R\$ 572,00	R\$ 180,00	R\$ 2.012,00
279	Livro (texto) (lâmina A4)	R\$ 291,00	R\$ 124,00	R\$ 44,00	R\$ 459,00
280	Livro com ilustrações (lâmina A4)	R\$ 435,00	R\$ 183,00	R\$ 90,00	R\$ 708,00
281	Livro de arte (lâmina A4)	R\$ 983,00	R\$ 421,00	R\$ 296,00	R\$ 1.700,00
282	Livro institucional (lâmina A4)	R\$ 983,00	R\$ 421,00	R\$ 296,00	R\$ 1.700,00
283	Manual de produtos ou serviços (lâmina A4)	R\$ 929,00	R\$ 273,50	R\$ 148,00	R\$ 2.188,00
284	Manual de uso de marca (lâmina A4)	R\$ 818,50	R\$ 631,50	R\$ 270,00	R\$ 1.710,00
285	Mostruários (lâmina A4)	R\$ 915,00	R\$ 919,00	R\$ 455,00	R\$ 2.289,00
286	Relatório anual/diretoria	R\$ 983,00	R\$ 421,00	R\$ 296,00	R\$ 1.700,00
287	Revista (lâmina A4)	R\$ 1.175,00	R\$ 443,00	R\$ 296,00	R\$ 1.914,00
Capas					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
288	Caderno	R\$ 808,00	R\$ 986,00	R\$ 180,00	R\$ 1.974,00
289	Carnê	R\$ 1.000,00	R\$ 655,00	R\$ 96,00	R\$ 1.751,00
290	CD/DVD	R\$ 857,00	R\$ 492,00	R\$ 180,00	R\$ 1.529,00
291	Cordel	R\$ 572,00	R\$ 224,00	R\$ 96,00	R\$ 892,00
292	Jornal de empresa	R\$ 1.432,00	R\$ 1.026,00	R\$ 180,00	R\$ 2.638,00
293	Livro	R\$ 810,00	R\$ 986,00	R\$ 180,00	R\$ 1.976,00
294	Relatório diretoria	R\$ 1.432,00	R\$ 1.026,00	R\$ 296,00	R\$ 2.754,00
Embalagens/Rótulos/Etiqueta					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
295	Caixas	R\$ 1.623,00	R\$ 1.300,00	R\$ 1.342,00	R\$ 4.265,00
296	Cartela	R\$ 677,00	R\$ 468,00	R\$ 180,00	R\$ 1.325,00
297	Cartela com saco	R\$ 1.905,00	R\$ 1.282,00	R\$ 553,00	R\$ 3.740,00
298	Desenvolvimento de faca especial	-	R\$ 810,00	R\$ 180,00	R\$ 990,00
299	Embalagem	R\$ 8.888,00	R\$ 2.976,00	R\$ 2.711,00	R\$ 14.575,00
300	Embalagem (reformulação ou melhora)	R\$ 4.378,00	R\$ 2.270,00	R\$ 2.711,00	R\$ 9.359,00
301	Embalagem para presente	R\$ 1.328,00	R\$ 810,00	R\$ 747,00	R\$ 2.885,00
302	Embalagem para linha de produtos	R\$ 28.188,00	R\$ 3.329,00	R\$ 1.342,00	R\$ 32.859,00
303	Etiqueta	R\$ 499,00	R\$ 331,00	R\$ 44,00	R\$ 874,00
304	Papel de presente ou embrulho	R\$ 1.330,00	R\$ 810,00	R\$ 180,00	R\$ 2.320,00
305	Rótulo	R\$ 7.507,00	R\$ 2.423,00	R\$ 1.097,00	R\$ 11.027,00
306	Rótulo (reformulação ou melhora)	R\$ 4.019,00	R\$ 1.952,00	R\$ 971,00	R\$ 6.942,00
307	Rótulo de CD	R\$ 857,00	R\$ 490,00	R\$ 180,00	R\$ 1.527,00
308	Sacola	R\$ 1.229,00	R\$ 816,00	R\$ 373,00	R\$ 2.418,00
309	Sacos	R\$ 2.812,00	R\$ 1.952,00	R\$ 1.097,00	R\$ 5.861,00
310	Saquinho de pipoca	R\$ 544,00	R\$ 331,00	R\$ 44,00	R\$ 919,00
311	Tag	R\$ 810,00	R\$ 484,00	R\$ 46,00	R\$ 1.340,00



Logotipos/Identidade Visual					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
312	Aplicação de marca já existente (por peça)	RS -	RS 331,00	-	-
313	Criação de marca com aplicação na papelaria básica	RS 11.604,00	RS 3.482,00	RS 44,00	RS 15.130,00
314	Fachada empresa/loja	RS 4.325,00	-	RS 44,00	-
315	Layout para tintura de carro (por modelo)	RS 2.248,00	-	RS 44,00	-
316	Logotipo produto, imobiliário, evento	RS 4.610,00	RS 1.799,00	RS 44,00	RS 6.453,00
317	Marca para grande empresa	RS 13.198,00	RS 1.799,00	RS 44,00	RS 15.041,00
318	Marca para microempresa	RS 5.075,00	RS 1.799,00	RS 44,00	RS 6.918,00
319	Marca para média empresa	RS 10.153,00	RS 1.799,00	RS 44,00	RS 11.996,00
320	Marca para pequena empresa	RS 7.107,00	RS 1.799,00	RS 44,00	RS 8.950,00
321	Readaptação de marca e reestudo de aplicação em papelaria	RS 5.157,00	RS 4.131,00	RS 44,00	RS 9.332,00
322	Selo comemorativo/promocional	RS 3.980,00	RS 1.963,00	RS 44,00	RS 5.987,00
Ilustrações					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
323	Charge	RS 808,00	-	-	-
324	Gráfico	RS 756,00	RS 725,00	-	-
325	Ilustração simples	RS 569,00	-	-	-
326	Ilustração elaborada	RS 677,00	-	-	-
327	Mapa de localização (ilustração)	RS 1.243,00	RS 1.182,00	-	-
328	Mascote/personagem	RS 10.906,00	-	RS 44,00	-
329	Story board (por quadro)	RS 147,00	-	-	-
330	Tabela	RS 545,00	RS 649,00	-	-
Projetos Especiais*					
331					Total
332	Troféu				RS 3.769,00
333	Medalha				RS 2.693,00
334	Inflável				RS 2.693,00
335	Totem				RS 2.907,00
* Só layout.					
Hora/Profissional					
336					Total
337	Presidente				RS 740,00
338	Vice-Presidente				RS 495,00
339	Diretor de Contas				RS 310,00
340	Diretor de Atendimento				RS 247,00
341	Pesquisa				RS 124,00
342	Atendimento				RS 124,00
343	Diretor de Arte				RS 247,00
344	Redator				RS 247,00
345	Planejamento				RS 372,00
346	Produtor Gráfico				RS 186,00
347	Mídia				RS 186,00
348	Arte-Finalista				RS 124,00
349	Computação Gráfica				RS 124,00
350	Produtor Eletrônico				RS 186,00
351	Produtor de Eventos				RS 186,00



352	Revisor		R\$ 124,00
353	Promotor de Ação Promocional		R\$ 124,00
354	Tecnólogo em		R\$ 129,00
355	Trainee		R\$ 195,00
356	Designer Júnior		R\$ 236,00
357	Designer Pleno		R\$ 340,00
358	Designer Senior		R\$ 479,00
359	Designer Coordenador		R\$ 608,00
<b>CUSTOS INTERNOS DE COMPUTAÇÃO GRÁFICA</b>			
Os valores abaixo serão acrescidos aos custos das peças criadas e finalizadas.			
			<b>Total</b>
360	Conversão de Programa de Apresentação (por página)		R\$ 740,00
361	Envio ou recebimento de e-mail (por cm <sup>2</sup> )		R\$ 0,07
362	Backup de arquivos (por CD 700 Mb)		R\$ 148,00
363	Backup de arquivos (por DVD 4.7 GB)		R\$ 592,00
364	Retoque de imagem (por imagem)		R\$ 175,00
365	Recorte de imagem		R\$ 117,00
366	Fusão de imagens		R\$ 334,00
367	Correção ou alteração de cores		R\$ 173,00
368	Conversões de imagens para internet, jpg, tga, doc etc. (por conversão até tamanho A4)		R\$ 30,00
369	Criação digital de textura		R\$ 117,00
370	Fechamento de arquivo (por cm <sup>2</sup> )		R\$ 0,16
371	Fotografia digital simples de produto (sem produção e/ou modelo)		R\$ 290,00
372	Gravação de CD/DVD até 2.3 GB		R\$ 44,00
373	Gravação de CD/DVD acima de 2.4 GB até 4.7 GB		R\$ 85,00
374	Print papel A4		R\$ 22,00
375	Print papel A3		R\$ 30,00
376	Scanner de imagem (por tamanho A4)		R\$ 72,00
377	Tratamento de imagem (por hora/homem)		R\$ 334,00
378	Vetorização de logotipos		R\$ 334,00
<b>Fechamento de Arquivo, Gravação de DVD ou CD e/ou Transmissão Via Rede</b>			
			<b>Total</b>
379	Anúncio de revista até 1/2 página		R\$ 228,00
380	Anúncio de revista até 1 página		R\$ 298,00
381	Anúncio de revista até página dupla		R\$ 592,00
382	Anúncio de jornal até 1/4 página (80 cm/col)		R\$ 162,00
383	Anúncio de jornal até 1/2 página (160 cm/col)		R\$ 227,00
384	Anúncio de jornal até 1 página		R\$ 315,00
385	Anúncio de jornal até página dupla		R\$ 443,00
386	Peças gráficas até 01 GB		R\$ 298,00
387	Peças gráficas acima de 01 GB (por GB excedente)		R\$ 227,00
<b>Despesas de Tele-entrega</b>			
			<b>Total</b>
388	Entrega sem retorno		R\$ 22,00



PREMIUNIA DE MIL ARES SAG  
QUANTIDADE DE LICITACOES  
218

### **ACEITAÇÃO DA CARTA - COMPROMISSO**

Para que a agência, sindicalizada ou não, possa fazer uso desta tabela, deverá assinar a carta-compromisso do SINAPRO e ABAP/CE, que normatiza o comportamento ético das agências do Ceará.

### **PARA OS ITENS NÃO CONSTANTES NA NOSSA TABELA DE CUSTOS**

Para estes casos, deverão ser utilizados os preços constantes nas tabelas de custos das entidades que compõem o mix de empresas ligadas à nossa área de comunicação. Por exemplo, quando se tratar de Marketing Promocional, seguiremos preços sugeridos pela tabela da AMPRO, capítulo Nordeste: [www.ampro.com.br](http://www.ampro.com.br)

### **ADAPTAÇÃO DE PEÇAS**

Adaptações ou derivações de uma peça já criada, sem alteração dos elementos gráficos e/ou de textos para outros formatos de peças que não tenham proporcionalidade com a já criada, será cobrado o seu valor de tabela referente à criação, com um desconto de 30% mais os custos decorrentes de finalização e computação gráfica, que serão cobrados pelo valor integral por peça.

### **ACRÉSCIMO DE 100% SOBRE OS CUSTOS DA TABELA**

Quando as peças publicitárias criadas e/ou finalizadas e/ou editoradas eletronicamente não gerarem outras remunerações para agência, seja do "desconto agência" e/ou honorários sobre serviço de terceiros. Inclusas, nesse caso, as peças solicitadas pelo cliente, executadas pela agência e posteriormente canceladas pelo cliente. Como taxa de urgência para todos os trabalhos executados pela agência que exigirem um atendimento imediato e/ou execução imediata, trabalhos noturnos, horas extras e em feriados.

### **REEMBOLSO DE DESPESA**

Todos os gastos efetuados a serviço do cliente, como viagens, diárias, transportes, alimentação, comunicação em geral, fotocópias, serviços de correios, entregas etc., serão cobrados do cliente.

TABELA VÁLIDA ATÉ FEVEREIRO DE 2021.

Handwritten signature or initials.



INSTITUTO DE ECONOMIA E  
CONFERENCAS DE ECONOMIA  
PAG 279





PREFEITURA DE MILAGRES - CE  
COMISSÃO DE LICITAÇÕES  
PAG 220

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA  
**Sinapro**  
CEARÁ

[www.sinaproce.com.br](http://www.sinaproce.com.br)

 sinaproceara

 sinaproceara

