

EDITAL DA CONCORRÊNCIA Nº 2021.0305001-PMLN

A Comissão Permanente de Licitação da Prefeitura Municipal de Limoeiro do Norte, com sede na Av. Coronel Antônio Joaquim, Nº 2121, Centro, Limoeiro do Norte/CE, nomeada através da Portaria nº. 074 /2020, de 15 de junho de 2020, torna público para conhecimento dos interessados que até às **09h00min do dia 21 de junho de 2021**, na sala de licitações, em sessão pública, dará início aos procedimentos de recebimento e abertura de documentos de habilitação e de propostas de preços da licitação na modalidade CONCORRÊNCIA, julgamento do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, contratação mediante execução indireta, empreitada por preço unitário, mediante as condições estabelecidas no presente Edital, tudo de acordo com a Lei Federal nº 12.232/2010, aplicando-se subsidiariamente as Leis Federais nº 8.666/1993 e Nº 4.680/1965, legislação complementar em vigor, Leis nº 123/2006 e nº 147/2014.

OBJETO:	CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE UMA AGÊNCIA DE PROPAGANDA PELO PERÍODO DE 12 (DOZE) MESES, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA, A COMPRA DE MÍDIA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL, EM CONFORMIDADE COM A LEI FEDERAL Nº 12.232/2010, APLICANDO-SE SUBSIDIARIAMENTE AS LEIS FEDERAIS Nº 8.666/1993 E Nº 4.680/1965.
TIPO:	TÉCNICA E PREÇO
CRITÉRIO DE JULGAMENTO:	GLOBAL
MODALIDADE E ESPÉCIE:	CONCORRÊNCIA PÚBLICA
EMPREITADA:	EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO
SECRETARIA(S) PARTICIPANTES:	SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO – SEGOV SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE – SECSA SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO BÁSICA – SEMEB SECRETARIA MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL E DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA MULHERES, CRIANÇAS E ADOLESCENTES E PESSOAS COM DEFICIÊNCIA – SEMAS SECRETARIA MUNICIPAL DE INFRAESTRUTURA E URBANISMO – SEINFRA
DATA E HORA DE ABERTURA:	21 DE JUNHO DE 2021 ÀS 09H00MIN (NOVE HORAS).
LOCAL:	RUA CORONEL ANTÔNIO JOAQUIM, Nº 2121, CENTRO, LIMOEIRO DO NORTE/CE

1. OBJETO:

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE UMA AGÊNCIA DE PROPAGANDA PELO PERÍODO DE 12 (DOZE) MESES, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES

[Assinatura]

REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA, A COMPRA DE MÍDIA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL, EM CONFORMIDADE COM A LEI FEDERAL Nº 12.232/2010, APLICANDO-SE SUBSIDIARIAMENTE AS LEIS FEDERAIS Nº 8.666/1993 E Nº 4.680/1965.

1.1.1 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 Limoeiro do Norte e suas secretarias interessadas.

1.1.1.1 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.1.1 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.

1.1.2 É vedado incluir outros serviços não previstos no subitem 1.1.1, 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.

1.1.2.1 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.

1.2 Para a prestação dos serviços será contratada **01 (uma) agência de propaganda**, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

1.2.1 Os serviços objeto da presente CONCORRÊNCIA 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.

1.2.2 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 1.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.2.3 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 1.

2. CONTRATANTE

Prefeitura Municipal de Limoeiro do Norte (PMLN), através das Unidades Gestoras – **Secretaria Municipal de Governo – SEGOV; Secretaria Municipal de Saúde – SECSA; Secretaria Municipal de Educação Básica – SEMEB; Secretaria Municipal de Assistência Social e de Políticas**

**Públicas para Mulheres, Crianças e Adolescentes e Pessoas com Deficiência – SEMAS;
Secretaria Municipal de Infraestrutura e Urbanismo – SEINFRA.**

3. 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 contratada para prestar os serviços de publicidade;

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

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

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 Limoeiro do Norte;

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, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, em conformidade com a Lei Federal Nº 12.232/2010, aplicando-se subsidiariamente as Leis Federais Nº 8.666/1993 e Nº 4.680/1965 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. VEICULAÇÃO: a transmissão de mensagens publicitárias por veículo de divulgação.

4. DO RECEBIMENTO E ABERTURA DOS INVÓLUCROS E DA SESSÃO INAUGURAL

4.1. A sessão inaugural será realizada no dia 21/06/2021, às 09h00min, na Rua Coronel Antônio Joaquim, Nº 2121, Centro, Limoeiro do Norte/CE - CEP: 62.930-000, data, horário e local onde serão recebidos os invólucros com as Propostas Técnicas e Proposta de Preços.

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

4.3 A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, e na legislação pertinente.

4.4 Não serão recebidos invólucros com Propostas e com documentos de Habilitação enviados pelos Correios, por meio de empresa de transporte ou outras especializadas em entregas, fora do horário.

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

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

5. RETIRADA DO EDITAL E DO ACESSO ÀS INFORMAÇÕES

5.1 Será retirado na Sede da Comissão Permanente de Licitação, localizada na Rua. Coronel Antônio Joaquim, Nº 2121, Centro, Limoeiro do Norte/CE, e nos seguintes sites: www.tce.ce.gov.br, nos termos da IN 04/2015-TCM/CE, e no site da Prefeitura Municipal de Limoeiro do Norte: www.limoeirodonorte.ce.gov.br

5.2. DO ACESSO A INFORMAÇÕES

5.2.1 Sem prejuízo das publicações necessárias, qualquer alteração, modificação ou informação referente ao edital em questão estarão disponíveis nos endereços eletrônicos especificados no subitem anterior, sendo de inteira responsabilidade dos interessados acompanhar eventual publicação de informações prestadas pelo Município sobre esta CONCORRÊNCIA, inclusive antes da entrega das Propostas, não cabendo aos mesmos alegar desconhecimento.

6. DOS REQUERIMENTOS DE ESCLARECIMENTOS

6.1 Esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela Comissão Permanente de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos até 5 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas, exclusivamente mediante solicitação por escrito: protocolizado na sede da Comissão Permanente de Licitação – CPL, localizada no endereço, Av. Coronel Antônio Joaquim, Nº 2121, Centro, Limoeiro do Norte/CE, ou pelo e-mail: licitacoes@limoeirodonorte.ce.gov.br

6.1.1 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos apenas por escrito.

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

6.1.1.2 A Comissão Permanente de Licitação dará conhecimento das perguntas e respostas às demais licitantes que retiraram este Edital, sem informar a identidade da licitante consulente e de seu representante, por fax e ou mediante divulgação na imprensa oficial do Município de Limoeiro do Norte.

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

7. DAS IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1 Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até 5 (cinco) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preços, de segunda a sexta-feira, das 08h00min às 13:00min, na Comissão Permanente de Licitação – CPL, no Endereço, Rua Coronel Antônio Joaquim, Nº 2121, Centro, Limoeiro do Norte/CE.

7.2 Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a licitante que não o fizer até 2 (dois) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preços, mediante solicitação por escrito e protocolizada no endereço e nos horários mencionados no subitem precedente.

7.2.1 Considera-se licitante para efeito do subitem precedente a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital.

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

8. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

8.1. Poderá participar da presente CONCORRÊNCIA, a agência de propaganda que atenda às condições deste Edital, apresente os documentos nele exigidos.

8.2 A pessoa jurídica Microempresa (ME) e Empresa de Pequeno Porte (EPP), poderá participar deste certame licitatório com o tratamento diferenciado previsto na Lei Complementar nº 123/2006. Para tanto deverá comprovar sua condição mediante apresentação de Declaração, nos devidos termos, firmada pelo contador da empresa, ratificando não haver nenhum dos impedimentos previstos no art. 3º, §4º, da referida lei.

8.2.1. A declaração em questão deverá ser entregue ao Presidente da CPL logo no início da sessão de abertura, separadamente dos envelopes exigidos nesta licitação, pela empresa que pretende se beneficiar através do regime diferenciado e favorecido previsto na Lei Complementar nº 123/2006.

8.2.2. A não entrega desta declaração indicará que a licitante optou por não utilizar os benefícios previstos na Lei Complementar nº. 123/2006.

8.3. Não poderá participar desta CONCORRÊNCIA a agência de propaganda:

- que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Administração Pública Direita ou Indireta do Município de Limoeiro do Norte;
- cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- que tenha sido considerada como inidônea, por órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, direta e indireta, federal, estadual ou municipal;
- estrangeira, que não funcione no País;
- empresa cujos seus dirigentes, controladores, empregados ou responsáveis técnicos ou legais, esteja ocupante de cargo ou emprego na Administração Direta ou Indireta do Poder Executivo do Município de Limoeiro do Norte ou seus integrantes façam parte da subcomissão técnica que atuará na análise das propostas técnicas ou tenham qualquer vínculo profissional com o ANUNCIANTE;
- empresas que estejam reunidas sob a forma de consórcio, qualquer que seja a sua forma de constituição.

8.4 Nenhuma licitante poderá participar desta CONCORRÊNCIA com mais de uma Proposta.

8.5 A participação na presente CONCORRÊNCIA implica, tacitamente, para as licitantes:

- a confirmação de que receberam da CPL o invólucro padronizado previsto no subitem 10.1.1.3 deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta CONCORRÊNCIA;
- a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas, condições constantes deste Edital, seus anexos, bem como a observância dos regulamentos, normas e das disposições legais pertinentes;
- a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

8.6 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta CONCORRÊNCIA, ressaltado que a Prefeitura Municipal de Limoeiro do Norte não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

9. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

9.1 Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à CPL o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade com fotografia e fé pública, dentro do prazo de validade, tais como: carteira de identidade, passaporte, carteira de trabalho, carteira de motorista, carteiras de identidade de conselhos regionais e federações trabalhistas (a exemplo da OAB, CREA, CRM), no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

9.1.1 Tratando-se de sócio proprietário ou dirigente: Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição (o estatuto social, contrato social ou outro instrumento de registro comercial, registrado na Junta Comercial), por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que o servidor ateste sua autenticidade.

9.1.2 Tratando-se de procurador ou representante: Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes específicos constantes do Modelo de

Procuração/Credenciamento que constitui o Anexo II deste Edital, com firma reconhecida. Neste caso, o preposto também deverá entregar à CPL cópia autenticada em Cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários (o estatuto social, contrato social ou outro instrumento de registro comercial, registrado na Junta Comercial).

9.1.3 Os documentos previstos nos dois subitens anteriores deverão ser entregues à CPL apartados dos invólucros das Propostas e, quando for o caso, dos documentos de Habilitação.

9.1.3.1 A apresentação da cópia do ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor na fase de credenciamento não exime da obrigação de juntar no envelope de documentos de habilitação, sendo extremamente necessária a apresentação também no envelope nº. 05 "Documentos de Habilitação".

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

9.3 A documentação apresentada na primeira sessão de recepção das Propostas Técnicas e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões.

9.4 Será admitido apenas 01 (um) representante para cada licitante credenciada, sendo que cada um deles poderá representar apenas uma empresa credenciada.

9.5 Na hipótese de substituição do representante credenciado no decorrer do processo licitatório, deverá ser realizado novo credenciamento.

9.6 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à CPL, na data, hora e local indicados neste edital.

9.7 A Microempresa (ME) e Empresa de Pequeno Porte (EPP) que quiser usufruir dos benefícios do tratamento diferenciado concedido pela Lei Complementar nº. 123/2006 deverá apresentar junto com o credenciamento Declaração firmada pelo contador da empresa, nos devidos termos ratificando não haver nenhum dos impedimentos previstos no art. 3º, §4º, da referida lei.

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

9.9 Os documentos de credenciamento serão retidos pela Comissão Permanente de Licitação e juntados aos autos do processo licitatório.

10. DA ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1 As Propostas Técnicas deverão ser entregues 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.

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

10.1.1.3 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 Av. Coronel Antônio Joaquim, Nº 2121, Centro, Limoeiro do Norte/CE - CEP: 62.930-000, de segunda a sexta-feira, em dias úteis, no horário de expediente de 08h00min às 13:00min.

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.

10.1.1.6 Para preservar – até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do **Plano de Comunicação Publicitária**, o Invólucro nº 1 não poderá: a) ter nenhuma identificação; b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante; c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

10.1.2 **Invólucro nº 2:** O invólucro nº 2 deverá ser apresentado nos termos dispostos nos subitens seguintes.

10.1.2.1 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, de que trata o subitem 12.4.

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

INVÓLUCRO Nº 2

PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº XXXXXXXXXXXX-CP

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

10.1.3 **Invólucro nº 3:** O invólucro nº 3 deverá ser apresentado nos termos dispostos nos subitens seguintes.

10.1.3.1 No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a **Capacidade de Atendimento**, o **Repertório** e os **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, de que tratam os subitens 12.5 a 12.10.

10.1.3.1.1 Não há restrições para o tipo de papel e gramatura usado nos cadernos do Invólucro nº 3.

10.1.3.2 O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 3

PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº XXXXXXXXXXXX-CP

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

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

11. DA ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS – INVÓLUCRO Nº 4

11.1 A Proposta de Preços deverá ser entregue à CPL acondicionada no Invólucro nº 4.

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

INVÓLUCRO Nº 4

PROPOSTA DE PREÇOS

**NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE
CONCORRÊNCIA Nº XXXXXXXXXXXX-CP**

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/m², 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 a 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/m², 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.

12.2.2 Os subquesitos 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 apresentadas 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 12.3.3.2.

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/m², 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 CONCORRÊNCIA, 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 Limoeiro do Norte 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 Limoeiro do Norte, 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* 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) 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 Limoeiro do Norte, 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 Limoeiro do Norte 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.

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 12.7 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 Limoeiro do Norte.

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 Limoeiro do Norte, 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.

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 Limoeiro do Norte referente ao briefing proposto (5 pontos);

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

c) desafios de comunicação a serem enfrentados relativos ao problema de comunicação proposto (5 pontos);

13.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária (30 pontos): entende-se por Estratégia de Comunicação Publicitária para fins desta licitação:

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Poder Executivo do Município de Limoeiro do Norte e a seu problema específico de comunicação (5 pontos);

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

c) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta (5 pontos);

d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação do Poder Executivo do Município de Limoeiro do Norte (5 pontos);

e) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Poder Executivo do Município de Limoeiro do Norte, o mercado no qual se insere, seu problema específico de comunicação, 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 comunicação do Poder Executivo de Limoeiro do Norte com seus públicos (5 pontos).

13.2.1.3 Ideia Criativa (35 pontos): entende-se por Ideia Criativa para fins desta licitação:

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo do Município de Limoeiro do Norte (5 pontos);
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante (5 pontos);
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo (5 pontos);
- d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem (5 pontos);
- e) sua pertinência às atividades do Poder Executivo do Município de Limoeiro do Norte e à sua inserção nos contextos social, político e econômico (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 Mídia e Não Mídia (25 pontos): entende-se por Estratégia de Mídia e Não Mídia para fins desta licitação:

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação 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 distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores (5 pontos);
- d) a consistência demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Poder Executivo do Município de Limoeiro do Norte (5 pontos);
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material (5 pontos);

13.2.1.5 O desenvolvimento de Plano de Comunicação Publicitária que atente contra o disposto no artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição Federal levará à desclassificação da licitante.

13.2.2 Capacidade de Atendimento (25 pontos): entende-se por Capacidade de Atendimento para fins desta licitação:

- a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (5 pontos);
- b) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do Poder Executivo do Município de Limoeiro do Norte (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 Limoeiro do Norte 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 Limoeiro do Norte, 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 IX, 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 técnica e passará a compor o processo desta licitação.

13.3.3 A Nota da Proposta Técnica – Índice Técnico será obtida pela soma das médias das pontuações atribuídas pela subcomissão técnica em cada quesito, com a aplicação da seguinte fórmula: $IT = Ppc + Pca + Prp + Prel$, onde:

IT = Índice Técnico (máximo de 160 pontos)

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 subquesito avaliado, cada julgador deverá usar a tabela disposta no Anexo IX, onde constará:

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

13.3.4.1 Abaixo de cada descrição do subquesito 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 NPT não alcançar 100 (cem) pontos;
- c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos 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.

14.2 A 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.

14.3 A licitante deverá apresentar Declaração de que a elaboração de sua proposta foi feita de forma independente, nos termos do Modelo constante do Anexo IV-B deste Edital.

14.3.1 A Declaração do subitem 14.3 deverá ser feita sob as penas da lei, sendo responsável a empresa e o responsável legal que a assinou, administrativa, civil e criminalmente, caso seja descoberto que não representa aquilo que 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 aos órgãos contratantes 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 estabelecidos 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, 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:

Quesitos - Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea "a" do subitem 15.3	$P1 = 1,00 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea "b" do subitem 15.3	$P2 = 1,50 \times (10,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea "c" do subitem 15.3	$P3 = 2,00 \times (10,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea "d" do subitem 15.3	$P4 = 2,50 \times (10,0 - \text{Honorários})$
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: $IP = P1 + P2 + P3 + P4$

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

16. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

16.1 O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços desta CONCORRÊNCIA 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 x 6) + (IP x 4)

16.3 Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas a licitante que obtiver a maior Pontuação Final.

16.4 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.

16.4.1. 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 APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

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

INVÓLUCRO Nº 5

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº XXXXXXXXXXXX-CP

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

17.1.3 Os documentos de Habilitação 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 devidamente autenticada, ou sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da CPL.

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

17.2.1 A HABILITAÇÃO 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 órgãos 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 Habilitação (CNH), Passaporte, Carteiras expedidas por órgão público que por Lei Federal tenham fé 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 eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações;
 - c.1) os documentos mencionados na alínea "c" deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação;

- c.2) não será aceita, como capaz de substituir tais documentos, a certidão simplificada de arquivamento na Junta Comercial;
- d) inscrição 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 autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e o ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim exigir.

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

- a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;
- b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual, distrital ou municipal, se houver, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta CONCORRÊNCIA;
- c) Certidão Conjunta Negativa ou Positiva com efeito de Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida pela da Secretaria da Receita Federal do Brasil com jurisdição sobre o local da sede da licitante, abrangendo todos os encargos previdenciários;
- d) Certidão Negativa de Débitos ou Positiva com Efeito de Negativa expedida por órgão da Secretaria de Fazenda do Estado, do Distrito Federal (se for o caso) em que estiver localizada a sede da licitante;
- e) Certidão Negativa de Débitos ou Positiva com Efeito de Negativa expedida por órgão da Secretaria de Fazenda do Município em que estiver localizada a sede da licitante;
- f) Certidão Negativa de Débito ou Positiva com efeito de Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT);
- g) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);

17.2.2.1 Será considerada como válida pelo prazo de 60 (sessenta) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, para este certame, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento.

17.2.2.2 Será considerada como regular a situação quando estiver suspensa a exigibilidade.

17.2.3 A QUALIFICAÇÃO TÉCNICA deverá ser comprovada com os seguintes documentos:

- a) um ou mais Atestados de Capacidade Técnica, fornecido por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta CONCORRÊNCIA;
- b) certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º, do art. 4º, da Lei nº 12.232/2010, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, autenticado, ou, se emitido por via eletrônica, sujeito à confirmação no sítio eletrônico do CENP.

17.2.4 A QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA deverá ser comprovada com os seguintes documentos:

- a) Certidão Negativa de falência, concordata ou recuperação judicial expedida pelo distribuidor (ou distribuidores), ou Tribunal de Justiça, da sede fiscal da pessoa jurídica, emitida em até 30 (trinta) dias corridos antes da data de apresentação dos documentos de Habilitação ou que esteja dentro do prazo de validade expresso na própria Certidão;
- b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social já exigíveis e apresentados na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de três (3) meses da data de apresentação da proposta.

- b.1) Se necessária a atualização do balanço e do capital social, deverá ser apresentado, juntamente com os documentos em apreço, o memorial de cálculo correspondente;
- b.2) a licitante com menos de um ano de existência, que ainda não tenha balanço, deverá apresentar demonstrações contábeis envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência, assinado pelo administrador e responsável contábil da licitante, com a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade;
- b.3) entenda-se por "na forma da lei":

I - sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante, acompanhado de cópia autenticada do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraída (art. 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº486/1969);

II - sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº6.404/1976: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em Jornal de grande circulação (art. 289, caput e § 5º, da Lei nº6.404/1976);

III - sociedades simples: registrado 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.

17.2.4.1 A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

a) do balanço referido na alínea "b" do subitem 17.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

LG =	Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo
SG =	Ativo Total
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo
LC =	Ativo Circulante
	Passivo Circulante

a.1) No caso hipotético de Ativo Circulante maior que 1 (um) e Passivo Circulante igual a 0 (zero), o resultado para LC seria indeterminado ou impossível em termos matemáticos. Entretanto, um Ativo Circulante maior que 1 (um) e um Passivo Circulante igual a 0 (zero) indicam, em tese, boa situação financeira da empresa. Nesse caso em específico, deve-se indicar os valores e proceder ao resultado como "indefinido", seguindo as regras matemáticas;

b) das demonstrações contábeis referidas na alínea "b.2" do subitem 17.2.4, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

S =	Ativo Total
	Passivo Exigível

17.2.4.2 Os índices de que tratam as alíneas "a" e "b" do subitem 17.2.4.1 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

17.2.4.3 A licitante que apresentar resultado menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea "a" ou "b", do subitem 17.2.4.1, deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de

que possui capital social mínimo ou patrimônio líquido mínimo equivalente ao valor licitado, assim entendido o valor máximo do contrato.

17.2.4.4 Os documentos de que tratam as alíneas "b" e "b.1" do subitem 17.2.4 deverão estar assinados pelo responsável pela contabilidade da licitante, com a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

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 Limoeiro do Norte, 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.

17.5 A licitante classificada no julgamento final desta CONCORRÊNCIA 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 CONCORRÊNCIA 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 Limoeiro do Norte.

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, 09 (nove) integrantes, 3 (três) deles sem nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Poder Executivo do Município de Limoeiro do Norte, 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 Limoeiro do Norte, em prazo não inferior a 10(dez) 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 Limoeiro do Norte, nos termos dos subitens 19.2.1 e 19.3.

19.3.3 A relação prevista no subitem 19.3.1 deste Edital conterà, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o Poder Executivo do Município de Limoeiro do Norte.

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 nas Propostas Técnicas e na Proposta de Preços e nos documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura, a isonomia e o caráter competitivo desta CONCORRÊNCIA.

20.1.4 Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnicas 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 do julgamento das propostas técnicas, 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 CONCORRÊNCIA – após transcorrer o prazo para interposição de recurso contra o resultado final da licitação ou ter havido a sua desistência ou, ainda, terem sido julgados os recursos interpostos. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, a 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.

20.2 A PRIMEIRA SESSÃO pública será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo 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 publicação em outros 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;

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 IX;

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 envelope 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:

- identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- 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 os Invólucros 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 dos Invólucros 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 da licitante vencedora desta CONCORRÊNCIA, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

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, os ordenadores de despesas dos órgãos solicitantes, caso concordem, homologarão o resultado desta CONCORRÊNCIA e, a adjudicarão o seu objeto à licitante vencedora.

22. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

22.1 A juízo da CPL, todas as decisões referentes a esta CONCORRÊNCIA poderão ser divulgadas conforme a seguir:

- nas sessões de abertura de invólucros;
- Diário Oficial do Município de Limoeiro do Norte;
- por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

23. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

23.1 Eventuais recursos referentes à presente CONCORRÊNCIA deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida aos órgãos contratantes, por intermédio da CPL, e deverão ser protocolados no endereço mencionado no subitem 7.2.

23.2 Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis.

23.3 Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a CPL poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) aos ordenadores de despesas, que decidirão em 5 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

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

23.5 Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta CONCORRÊNCIA, em local e horário a serem indicados pela CPL.

23.6 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. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

24.1 Os valores dos contratos resultantes desta CONCORRÊNCIA estão estimados em **R\$ 1.200.000,00 (um milhão e duzentos mil reais)**, para o período de 12 (doze) meses, e serão executados de acordo com o previsto neste Edital.

24.2 As despesas com os contratos provenientes desta Concorrência correrão à conta dos recursos do Município, divididos com as suas várias unidades financeiras nos seguintes valores:

Secretaria Gestora	Valor para período de 12 (doze) meses
Secretaria Municipal de Governo – SEGOV	R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais)
Secretaria Municipal de Saúde – SECSA	R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais)
Secretaria Municipal de Educação Básica – SEMEB	R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais)
Secretaria Municipal de Assistência Social e de Políticas Públicas para Mulheres, Crianças e Adolescentes e Pessoas com Deficiência – SEMAS	R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais)
Secretaria Municipal de Infraestrutura e Urbanismo - SEINFRA	R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais)
Valor Global	R\$ 1.200.000,00 (um milhão e duzentos mil reais)

24.3 Os créditos orçamentários para a execução dos serviços estão consignados no Orçamento da Prefeitura Municipal de Limoeiro do Norte, previstos no Orçamento aprovado para o Exercício Financeiro 2021, constantes nas seguintes dotações orçamentárias:

* **Secretaria Municipal de Governo – SEGOV** do Município de Limoeiro do Norte-CE, na seguinte Dotação Orçamentária: **0201.04.122.0108.2.005 – Ações de promoção Institucional e Publicidade Oficial; ELEMENTO DE DESPESAS: 3.3.90.39.00 - Outros serviços de terceiros Pessoa Jurídica; FONTE DE RECURSOS: 1001000000 – Recurso Ordinário.**

* **Secretaria Municipal de Saúde – SECSA** do Município de Limoeiro do Norte-CE, na seguinte Dotação Orçamentária: **0902.10.122.1001.2.052 – Gerenciamento da Secretaria; ELEMENTO DE DESPESAS: 3.3.90.39.00 - Outros serviços de terceiros Pessoa Jurídica; FONTE DE RECURSOS: 1001000000 – Recurso Ordinário.**

* **Secretaria Municipal de Educação Básica – SEMEB** do Município de Limoeiro do Norte-CE, na seguinte Dotação Orçamentária: **0802.12.122.1203.2.039 – Gerenciamento da Secretaria; ELEMENTO DE DESPESAS: 3.3.90.39.00 - Outros serviços de terceiros Pessoa Jurídica; FONTE DE RECURSOS: 1001000000 – Recurso Ordinário.**

* **Secretaria Municipal de Assistência Social e de Políticas Públicas para Mulheres, Crianças e Adolescentes e Pessoas com Deficiência – SEMAS** do Município de Limoeiro do Norte-CE, na seguinte Dotação Orçamentária: **1005.08.122.0801.2.072 – Gerenciamento da Secretaria; ELEMENTO DE DESPESAS: 3.3.90.39.00 - Outros serviços de terceiros Pessoa Jurídica; FONTE DE RECURSOS: 1001000000 – Recurso Ordinário.**

* **Secretaria Municipal de Infraestrutura e Urbanismo - SEINFRA** do Município de Limoeiro do Norte-CE, na seguinte Dotação Orçamentária: **0107.15.122.1501.2.022 – Gerenciamento da Secretaria; ELEMENTO DE DESPESAS: 3.3.90.39.00 - Outros serviços de terceiros Pessoa Jurídica; FONTE DE RECURSOS: 1001000000 – Recurso Ordinário.**

24.4 Se o Poder Executivo do Município de Limoeiro do Norte 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.

24.5 Aos órgãos contratantes se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade do valor contratual estimado e dos recursos orçamentários previstos.

25. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS E CONTRATUAIS

25.1 A licitante vencedora terá 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.

25.1.1 O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do Poder Executivo Municipal, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas pela respectiva vencedora.

25.1.1.1 Se a licitante vencedora não comparecer, no prazo estipulado para assinar os respectivos contratos e ou não apresentar o comprovante da prestação da garantia contratual, o Poder 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 deixou de apresentar a garantia, ou revogar esta CONCORRÊNCIA, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.

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

25.2.1 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.

25.3 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 à contratada 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.

25.4 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.

25.5 À contratada poderá ser aplicada as sanções e penalidades previstas na Lei Federal nº 8.666/1993 e nos contratos a serem firmados com a mesma.

25.6 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.

25.7 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.

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

25.9 A contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta CONCORRÊNCIA, que envolva o nome do Poder Executivo Municipal, se houver expressa autorização.

25.10 É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente CONCORRÊNCIA para qualquer operação financeira.

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

25.12 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).

25.13 A contratada centralizará o comando da publicidade, objeto desta licitação, em Limoeiro do Norte, onde, para esse fim, manterá sede, escritório, sucursal ou equipe disponível.

25.13.1. A seu juízo, a contratada poderá utilizar-se de suas matrizes ou de seus representantes em outros municípios ou estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

25.13.2 No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, a contratada deverá comprovar que possui, disponível no município de Limoeiro do Norte, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao município, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais: 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.

25.14 Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenham servido de base para o julgamento desta CONCORRÊNCIA.

26. GARANTIA

26.1 Será exigida da licitante vencedora prestação de garantia, em favor do Poder Executivo Municipal, correspondente a 2% (dois por cento) sobre o valor máximo do contrato, que corresponde a R\$ 24.000,00 (vinte e quatro mil reais), em uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei Federal nº 8.666/1993, à escolha da licitante vencedora, nas seguintes modalidades:

- caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;
- seguro-garantia;
- fiança bancária.

26.2 Se a licitante optar pela caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito em conta corrente aberta pela CONTRATANTE.

26.3 Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:

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

26.4 A fiança bancária será formalizada por meio de carta de fiança emitida por instituição financeira que, por si ou pelos acionistas detentores de seu controle, não participem do capital ou da direção da licitante.

26.4.1 A carta de fiança deverá ter:

- prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de trinta dias;
- expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento ao Poder Executivo Municipal, órgão contratante, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
- renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro;
- cláusula que assegure a atualização do valor afiançado, de acordo com o previsto neste Edital.

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

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

27. EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

27.1 Para execução dos serviços, deverão ser observadas as normas legais específicas sobre eles, objeto da presente licitação especialmente a Lei Federal nº 12.232/2010, a Lei Federal nº 4.680/65 e os Decretos Federais nº 57.690/66 e 4.563/02, bem como as demais normas da legislação publicitárias em vigor.

27.2 Somente pessoas físicas e jurídicas previamente cadastradas junto ao Cadastro de Fornecedores do Município de Limoeiro do Norte poderão fornecer à contratada, bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução dos serviços, objeto da presente licitação, nos termos do art. 14 da Lei nº 12.232/2010.

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

27.4 Sempre que a produção tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento), do valor global do contrato, a contratada procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em Invólucros fechados, que

serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, nos termos do artigo 14, § 2º, da Lei Federal nº12.232/2010.

27.5 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 aceitação ou não.

27.6 Os custos e despesas de produção e veiculação apresentados ao contratante, para pagamento, deverão ser acompanhados dos orçamentos, da demonstração do valor devido ao fornecedor ou veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos correspondentes, bem como do relatório de checagem de veiculação, sempre que possível.

27.7 O objeto da presente licitação somente será recebido se não houver a constatação de qualquer irregularidade. Em havendo irregularidade o contratante:

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

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

27.8 A contratada é obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos e supressões de até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato ou da nota de empenho.

27.9 Considerar-se-á rescindido de pleno direito o contrato, nos casos de falência, liquidação judicial ou extrajudicial da Contratada, ou em virtude de qualquer ato que impeça a continuidade de sua execução.

28. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

28.1 A remuneração à 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.

28.2 A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da minuta de contrato (Anexo V).

29. FISCALIZAÇÃO

29.1 O Poder Executivo Municipal indicará um Fiscal titular e um suplente para executar a fiscalização dos contratos resultantes desta CONCORRÊNCIA e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços, que terão poderes, dentre outros, para notificar as contratadas, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo V).

30. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

30.1 Será aplicada à licitante vencedora multa compensatória de 10% (dez por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 24.2, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei Federal nº 8.666/1993, diante das seguintes ocorrências:

- a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;
- b) não manutenção das condições de habilitação, a ponto de inviabilizar a contratação.

30.1.1 O disposto no subitem precedente não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem 25.1.1.

30.2 O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pelo Poder Executivo Municipal, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e nos contratos a serem firmados entre as partes, nos termos da Cláusula Décima Terceira da minuta de contrato (Anexo V).

31. VEDAÇÃO DE NEPOTISMO

31.1 É vedada a prestação de serviços por familiar de agente público vinculado ao Poder Executivo do Município de Limoeiro do Norte, por intermédio das empresas contratadas.

32. DISPOSIÇÕES FINAIS

32.1 É facultada à CPL ou autoridade superior, em qualquer fase desta CONCORRÊNCIA, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas ou dos documentos de Habilitação.

32.1.1 A CPL ou autoridade superior deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.

32.2 A CPL, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que as agências classificadas no julgamento das Propostas Técnicas disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta CONCORRÊNCIA.

32.3 Até a assinatura dos contratos, a licitante vencedora poderá ser desclassificada se o Poder Executivo Municipal tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

32.3.1 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 CONCORRÊNCIA.

32.4 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 CONCORRÊNCIA, 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 a signatária do contrato.

32.5 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, órgão contratante.

32.5.1 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.

32.6 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.

32.7 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 CONCORRÊNCIA, 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.

32.8 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.

32.9 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.

32.10 Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta CONCORRÊNCIA 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.

32.11 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 à contratada o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

32.12 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.

32.13 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 do Município, na forma do art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.

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

33. Constituem parte integrante deste Edital, 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;
- m) Anexo XI – Projeto Básico.

LIMOEIRO DO NORTE-CE, 04 de maio de 2021.

Paulo Victor Farias Pinheiro

Paulo Victor Farias Pinheiro
Presidente da Comissão Permanente de Licitação

ANEXO I

BRIEFING

CONCORRÊNCIA Nº 2021.0305001-PMLN

A Prefeitura Municipal de Limoeiro do Norte, através das Secretarias Municipais de **Governo – SEGOV; Saúde – SECSA; Educação Básica – SEMEB; Assistência Social e de Políticas Públicas para Mulheres, Crianças e Adolescentes e Pessoas com Deficiência – SEMAS; Infraestrutura e Urbanismo - SEINFRA** necessitam contratar 01 (uma) agência de publicidade e propaganda para a prestação de serviços publicitários, compreendendo: o estudo, execução, supervisão, concepção e criação de campanhas, peças publicitárias avulsas e materiais publicitários, mídia 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 Limoeiro do Norte 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 mídias online e off-line.

Definição

O cliente é o Governo Municipal de Limoeiro do Norte/CE

Características do Cliente

A Prefeitura do Município de Limoeiro do Norte/CE constitui o Poder Executivo do Município de Limoeiro do Norte e compreende todas as Secretarias da Administração Direta; observadas as disposições do Edital de Concorrência.

O Governo Municipal de Limoeiro do Norte destaca-se pelo seu compromisso com o desenvolvimento econômico e social. Para isso, busca por meio de suas ações, priorizar a geração de emprego e renda, com incentivo nas áreas do turismo e da indústria, e com uma constante campanha de captação de investimentos do setor privado nacional e internacional.

O alcance do equilíbrio das contas públicas e a retomada do potencial de investimento nesse período estimularam o desenvolvimento do Município em setores específicos como infraestrutura, educação e saúde. A concentração de esforços da administração na atração de geração de renda e emprego gerou frutos. Segundo dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED), em 2020, mesmo diante da crise agravada pela pandemia, o município foi o 5º do Ceará e o 1º do Vale do Jaguaribe a mais gerar vagas de trabalho durante o ano.

Neste momento, o desafio de tornar permanentes e contínuas todas as conquistas atingidas, divide espaço com o compromisso do Governo Municipal em intensificar a evolução da trajetória de modernização da gestão pública e do desenvolvimento do Município de Limoeiro do Norte.

Mas se o Município de Limoeiro do Norte vem experimentando um aumento no seu desenvolvimento, também é certo que isso provoca novos desafios. Um deles é o adensamento populacional que provoca sérios problemas sociais, que podem ser sentidos nos diversos serviços públicos. Mais gente habitando uma determinada região pressupõe maior pressão sobre o atendimento de saúde, a falta de vagas em escolas, esgotamento habitacional e aumento da criminalidade.

Neste sentido, é preciso estabelecer uma nova diretriz de ação, e trabalhar em parceria com a sociedade e em respeito às questões locais, para que se alcance o desenvolvimento de maneira integrada.

Isso implica em formalizar parcerias com os diversos agentes da sociedade para vitalizar a interação do governo, com total transparência, com os mais diversos setores da sociedade, com os empreendedores locais e com entidades do terceiro setor.

Imprescindível neste processo que o governo municipal retome a tarefa de planejamento de curto, médio e longo prazos, adote posturas mais inovadoras de gestão, trabalhe as competências internas e renove os métodos de trabalho da máquina pública, com investimentos na requalificação, profissionalização e valorização dos servidores.

Outro fator preponderante é o estabelecimento de metas e objetivos, por contrato, para que os resultados sejam mensurados e as rotas corrigidas de acordo com as necessidades.

Trata-se, enfim, de implantar um novo jeito de governar, com mais diálogo, maior transparência e total respeito à sociedade, aos contratos e à coisa pública.

Em paralelo a este cenário, é preciso sempre levar em consideração que a administração pública tem responsabilidade direta no bem-estar da sociedade. No caso, a Prefeitura Municipal de Limoeiro do Norte é provedora de serviços essenciais ao cidadão nas áreas de assistência social, saúde, educação e em parceria com o Governo do Estado e Federal na habitação, saneamento, energia, desenvolvimento econômico, segurança pública, entre outras. Sob este prisma, o governo municipal de Limoeiro do Norte tem também duas responsabilidades basilares.

A primeira diz respeito ao esforço que deve desprender para assegurar a necessária qualidade de atendimento naquilo que se propõe a fazer em prol da população. De outra parte, tem o dever de dar publicidade, de forma clara, abrangente e objetiva, aos programas que desenvolve, a fim de que as comunidades tenham conhecimento suficiente daquilo que é realizado em seu favor, para que possam usufruir das ações instituídas pela prefeitura do município.

A publicidade dos atos de governo é, portanto, um dos pressupostos básicos para o exercício de direitos fundamentais pela sociedade. Neste espectro se enquadram, por exemplo, a gratuidade dos serviços públicos essenciais e a consecução de campanhas preventivas, educativas, orientativas, entre outras. Assim, a publicidade oficial para divulgação de atos, programas, obras, serviços e campanhas promovidas pela máquina pública se configura em uma obrigação do administrador e num direito do cidadão.

Limoeiro do Norte quer respeito, desenvolvimento, serviços públicos de qualidade e os limoeirenses precisam saber disso.

Características do Município:

O Município de Limoeiro do Norte faz parte da macro região do Sertão do Jaguaribe, e possui 744,525 km².

Caracteriza-se por ser um Município habitacional, industrial, agropecuário e turístico. Possui 56.264 habitantes, sendo a população residente urbana constituída por 32.483 habitantes e População residente rural de 23.781



peças (IBGE/2010) e está a 214 km de Fortaleza, capital do Estado, e a cerca de 3 horas e 20 minutos do Aeroporto Internacional Pinto Martins.

Ainda segundo o IBGE, o PIB do município é o maior da Região do Vale do Jaguaribe, sendo sede de várias indústrias e com forte atuação na agricultura, pecuária e no setor terciário.

Na região circulam os principais periódicos do estado (Jornal O Povo, O Diário do Nordeste).

Recebe o sinal de algumas das principais emissoras de rádio e TV de Fortaleza e possui uma emissora de TV local em canal fechado, a TV Jaguar. Também possui emissoras de rádio comercial local.

A prefeitura possui um portal informativo com serviços on-line (<https://www.limoeirodonorte.ce.gov.br/>) e cada secretaria mantém o seu próprio blog informativo.

O Produto

A comunicação social do Governo Municipal de Limoeiro do Norte /CE abrange as ações de suporte na divulgação e publicidade da prestação de serviços públicos e das ações políticas visando o desenvolvimento econômico e social do Município. Os serviços, objeto desta comunicação, estão, portanto, relacionados diretamente às atividades-fim compreendidas pelos serviços públicos e pelas ações político-institucionais que expressem o interesse coletivo da cidade.

As ações, por meio de campanhas e outros meios, estarão sempre vinculadas às atribuições de cada órgão solicitante e terão sempre objetivos de interesse público e de caráter educativo, informativo e de orientação.

O contato com a agência de propaganda contratada será feito pela Assessoria de Comunicação Social e Cerimonial, integrante da Secretaria Municipal de Governo (SEGOV), em conjunto com o órgão ou Secretaria solicitante.

O atendimento prestado pela Agência deverá ser feito por profissionais especializados, de acordo com o apresentado pela PROPOSTA TÉCNICA.

Frisa-se que o sucesso da comunicação está diretamente ligado ao talento e à competência dos profissionais que desenvolvem suas ações.

Por essa razão, é primordial que os profissionais destacados para atender venham a ser profundos conhecedores do funcionamento da Prefeitura e seus órgãos, em todas as suas características.

Objetivos da Comunicação

Diante dos dados apresentados ao longo desse briefing, percebe-se a importância do investimento na economia do município para geração de emprego, atração de novos negócios e aumento da arrecadação para estabelecer um círculo vicioso de desenvolvimento social, estrutural e econômico.

Como já citado anteriormente, Limoeiro do Norte foi o 5º município cearense que mais gerou empregos em 2020, com todos os setores da economia apresentando índices positivos em todos os setores, mas com destaque para a construção civil. Reflexo das obras realizadas pela administração municipal.

O objetivo da campanha solicitada por esse briefing é, portanto, apresentar esses índices positivos, como a geração de emprego e a posição no ranking estadual de PIB, exaltando as características do limoeirense como povo trabalhador, honesto e orgulhoso da sua cidade e sua gente.

Os objetivos pretendidos pela comunicação a ser desenvolvida são:

- a) Atrair novos investimentos;
- b) Aumentar a capacidade produtiva e gerar empregos de caráter permanente;
- c) Aumentar a capacidade de arrecadação do Município;
- d) Informar à população sobre o processo de atração e consolidação destes novos investimentos e os benefícios que serão gerados à economia limoeirense;

A campanha deverá ter um posicionamento que possa demonstrar a força e crescimento do Município, modernidade e inovação, a localização estratégica, destacando as soluções que a gestão atual executa pautadas pelo diálogo e respeito.

- a) Fortalecer a percepção da marca Limoeiro do Norte;
- b) Posicionar a marca Limoeiro do Norte para os públicos definidos;
- c) Ampliar a divulgação da marca Limoeiro do Norte com eficiência;
- d) Destacar o potencial estratégico do Município de Limoeiro do Norte para se tornar um dos primeiros no ranking do estado do Ceará de escolha do público empresarial;
- e) Mostrar o cidadão limoeirense de forma diferenciada, como trabalhador, qualificado, respeitoso, defensor do meio ambiente, socialmente responsável. Limoeiro do Norte só será atraente para os outros se for bom também para os limoeirenses. O melhor multiplicador da marca Limoeiro do Norte é o limoeirense confiante, feliz e orgulhoso.

Buscar a construção de uma identidade renovada, com a recuperação da autoestima e do orgulho de ser limoeirense. A crença na força do trabalho de cada um, o resultado coletivo e o sucesso de Limoeiro do Norte são os objetivos a serem alcançados pelas ações planejadas pela Administração ao colocar em prática o seu plano de governo, notadamente nas questões ligadas aos investimentos na área econômica.

Demonstrar para a população limoeirense que os investimentos atraídos pelo Governo municipal proporcionam melhorias em todos os serviços públicos. Áreas prioritárias como saúde e educação, que possuem vinculações orçamentárias obrigatórias para investimentos, saem ganhando quando cresce o volume de tributos gerados.

Mas é evidente que todas as demais áreas da administração também se beneficiam dos resultados de uma economia vigorosa e pujante.

Público-alvo

População do município de Limoeiro do Norte, empresas e investidores de capital nacional ou internacional que estejam em fase de prospecção, desenvolvimento, implantação e ampliação da capacidade produtiva, busca de novos portfólios de negócios em novos mercados;

Problema específico de comunicação

O cenário atual traz oportunidades históricas que marcam um novo ciclo de desenvolvimento na economia limoeirense. Todo o esforço realizado na última gestão para cortar custos, diminuir o gasto público e recuperar a

capacidade nominal de investimentos traz para o centro da agenda administrativa do município a necessidade de informar, comunicar, fortalecer a economia local e atrair novos empreendimentos para Limoeiro do Norte.

De forma a tornar-se cada vez mais competitiva se ampara no conjunto de ações da gestão municipal que visam melhorar a infraestrutura, os indicadores sociais, a política fiscal e a segurança jurídica para aqueles que planejam novos investimentos em Limoeiro do Norte.

A comunicação terá papel preponderante nesse novo desafio: atrair o interesse dos grandes investidores institucionais, grandes corporações do setor produtivo, locais, nacionais e estrangeiras, para que Limoeiro do Norte se torne o principal destino do investimento.

Paralelamente aos novos investimentos pretendidos, a Administração Municipal cuida de preparar adequadamente a nova infraestrutura requerida, com a melhoria na qualidade dos serviços oferecidos, além da melhoria dos indicadores sociais, de educação e saúde.

Tudo isso faz parte de um esforço planejado, previsto no plano de governo que norteia as ações e decisões da administração. As vantagens competitivas que Limoeiro do Norte oferece são diferenciais que devem agregar valor à imagem pretendida neste novo posicionamento:

Nova Forma de Gestão - pautada pela ética, transparência, exercício contínuo da democracia e respeito a todas as opiniões, buscando a convergência de esforços para construir o melhor resultado para as suas ações, em benefício do povo de Limoeiro do Norte. É um novo jeito de governar, sintonizado com as necessidades de cada localidade de Limoeiro do Norte.

Localização Estratégica – Limoeiro do Norte situa-se na região do Vale do Jaguaribe, economicamente uma das mais importantes do Estado do Ceará, e por isso pode tirar vantagens no estímulo a novos investimentos, bem como na atração de empresas e empreendedores de outros Estados e de outros países.

Infraestrutura – Sempre em parceria com o Governo do Estado e Federal a administração busca, de forma coordenada, investimentos que permitam a melhoria das rodovias de acesso ao município, tal como BR-116 que atravessam Limoeiro do Norte.

Respeito – Saber ouvir para saber fazer melhor e bem feito. O diálogo tem sido uma característica marcante da atual administração, que busca no entendimento a energia necessária para construir e formar o novo município de Limoeiro do Norte. A prática do respeito a todas as opiniões guia a atual administração.

Abrangência

A campanha deverá atingir a região do Vale do Jaguaribe e o próprio município de Limoeiro do Norte. Mídias segmentadas e focadas na própria cidade são preferenciais e serão valorizadas no plano de comunicação apresentado pela licitante.

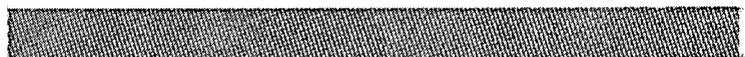
Período da Campanha

A campanha deverá ter duração de 30 dias nos meses de escolha da própria licitante.

Verba referencial

A alocação de valores prevista para veiculação, produção, exposição ou distribuição da campanha tem como verba referencial a ser utilizada pela licitante de **R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais)**.

SECRETARIA
MUNICIPAL DE LIMPEZA
DOMLIME



ANEXO II

MODELO DE PROCURAÇÃO/CREDENCIAMENTO

A empresa, com sede na Rua, na cidade de, Estado de, inscrita no CNPJ/MF sob o nº neste ato representada pelo(a) Sr(a)., portador do RG nº e do CPF/MF nº nos termos de seu Estatuto Social / Contrato Social, pela presente **CRENCIA o(a) Sr(a).**, portador(a) do RG nº e do CPF/MF nº para representá-la na presente **CONCORRÊNCIA Nº 2021.0305001-PMLN**, promovida pela Comissão Permanente de Licitação da Prefeitura de Limoeiro do Norte-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.



PREFEITURA MUNICIPAL DE LIMOEIRO DO NORTE
SECRETARIA MUNICIPAL DE LICITAÇÃO E EMPREGOS PÚBLICOS



ANEXO III

MODELO DE DECLARAÇÃO DE IDONEIDADE

Ref.: CONCORRÊNCIA Nº 2021.0305001-PMLN

A empresa, inscrita no CNPJ nº, por intermédio de seu representante legal o Sr....., portador da carteira de identidade nº..... e do CPF nº, **DECLARA** não ter recebido do Município de Limoeiro do Norte a penalidade de **SUSPENSÃO TEMPORÁRIA** de participação em licitação e ou impedimento de contratar com a Administração, assim como não ter recebido a penalidade de **DECLARAÇÃO DE INIDONEIDADE** para licitar ou contratar com a Administração Pública.

_____, ____ de _____ de 2021.

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.



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 nº neste ato representada pelo(a) Sr(a)., portador do RG nº e do CPF/MF nº, apresenta a seguinte **PROPOSTA DE PREÇOS** para os serviços descritos abaixo, objeto do Edital de Licitação CONCORRÊNCIA Nº 2021.0305001-PMLN.

OBJETO: Contratação de serviços de publicidade de uma agência de propaganda pelo período de 12 (doze) meses, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar O público em geral, em conformidade com a Lei Federal Nº 12.232/2010, aplicando-se subsidiariamente as Leis Federais Nº 8.666/1993 e Nº 4.680/1965.

- 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 nº 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 Proposta de Preços 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

DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA

A empresa, com sede na Rua, na cidade de, Estado de, inscrita no CNPJ/MF sob o nº neste ato representada pelo(a) Sr(ª), portador do RG nº e do CPF/MF nº, para fins do disposto no item 14.3 do Edital da **CONCORRÊNCIA Nº 2021.0305001-PMLN**, de interesse do Município de Limoeiro do Norte, **DECLARA**, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

- a) a proposta apresentada para participar dessa CONCORRÊNCIA foi elaborada de maneira independente pela licitante, e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa CONCORRÊNCIA, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa CONCORRÊNCIA não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa CONCORRÊNCIA, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- c) não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa CONCORRÊNCIA quanto a participar ou não da referida licitação;
- d) o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa CONCORRÊNCIA não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa CONCORRÊNCIA antes da adjudicação do objeto da referida licitação;
- e) o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa CONCORRÊNCIA não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do/a (órgão/entidade responsável pela licitação) antes da abertura oficial das propostas; e
- f) está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

Local e data.

Empresa
Assinatura do representante legal
Nome, função, RG e CPF 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: Esta Declaração deverá ser apresentada juntamente com a Proposta de Preços do Anexo IV – A e Declaração do Anexo IV - C.

ANEXO IV-C

DECLARAÇÃO DE COMPROMISSO

A empresa, com sede na Rua, na cidade de, Estado de, inscrita no CNPJ/MF sob o nº neste ato representada pelo(a) Sr(a), portador(a) do RG nº e do CPF/MF nº, para fins do disposto no item 14.4 do Edital da Edital da **CONCORRÊNCIA Nº 2021.0305001-PMLN**, de interesse do Município de Limoeiro do Norte, **DECLARA**, sob as penas da lei que:

- a) compromete-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo a Secretaria as vantagens obtidas;
- b) 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;
- c) está ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato constante do Anexo V deste Edital;
- d) 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 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: Esta Declaração deverá ser apresentada juntamente com a Proposta de Preços do Anexo IV – A e Declaração do Anexo IV – B.

**ANEXO V
MINUTA DE CONTRATO**

**CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE
PUBLICIDADE QUE ENTRE SI FAZEM O MUNICÍPIO DE
LIMOEIRO DO NORTE/CE E A EMPRESA**

Contrato nº/2021

O Município de Limoeiro do Norte, inscrito no CNPJ/MF sob o nº, por intermédio da **SECRETARIA DE**, sediada, doravante denominado **CONTRATANTE**, neste ato representada por, brasileiro, residente e domiciliado nesta cidade, inscrito no CPF/MF sob o nº, portador da Carteira de Identidade nº, e a **empresa**, com sede em, na, inscrita no CNPJ/MF sob o nº, doravante denominada **CONTRATADA**, neste ato representada, brasileiro, residente e domiciliado em, inscrito no CPF/MF sob o nº, portador da Carteira de Identidade nº, resolvem celebrar o presente contrato, para prestação de serviços de publicidade, objeto da **CONCORRÊNCIA Nº 2021.0305001-PMLN**, autorizado pelo ato homologatório constante da folha nº do referido Processo, mediante os termos e condições a seguir estabelecidos.

CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1 O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei Federal nº 12.232, de 29/04/2010, da Lei Federal nº 4.680, de 18/06/1965, da Lei Federal nº 8.666, de 21.06.93, da Lei Complementar nº 123, de 14/12/2006, e alterações posteriores.

1.2 Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados, o **Edital da CONCORRÊNCIA Nº 2021.0305001-PMLN**, 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 termo a Contratação de serviços de publicidade de uma agência de propaganda pelo período de 12 (doze) meses, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar O público em geral, em conformidade com a Lei Federal Nº 12.232/2010, aplicando-se subsidiariamente as Leis Federais Nº 8.666/1993 e Nº 4.680/1965.

2.1.1 Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, 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 deste contrato; b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias; c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela CONTRATADA; d) o acompanhamento e orientação da comunicação institucional, assessoria e gerenciamento permanente de comunicação e marketing da Secretaria de do Município de Limoeiro do Norte.

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

2.1.2 Os serviços não previstos no subitem 2.1.1, em especial as atividades promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações-públicas e a realização 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 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.

2.2 A CONTRATADA atuará por ordem e conta do CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.3 A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

2.4 A CONTRATADA, atuará de acordo com solicitação do CONTRATANTE, tendo exclusividade em relação aos serviços previstos nesta Cláusula no transcorrer da vigência do contrato.

2.5 Os serviços serão prestados com vistas à consecução de ações de publicidade de interesse do órgão CONTRATANTE.

CLÁUSULA TERCEIRA - VIGÊNCIA

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

3.1.1 O CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 57, inciso II, da Lei Federal nº 8.666/1993.

3.1.2 A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser procedida pelo CONTRATANTE.

CLÁUSULA QUARTA - RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1 O valor do contrato está estimado em R\$ _____ (_____ reais), para o período de 12 (doze) meses, e será executado de acordo com o previsto neste contrato.

4.2 As despesas com o presente contrato correrão à conta dos recursos do Município, com a respectiva unidade financeira no seguinte valor:

Secretaria Gestora	Valor para período de 12 (doze) meses
Secretaria Municipal de _____	R\$ _____ (_____ reais)
Valor Global	R\$ _____ (_____ reais)

4.3 Os créditos orçamentários para a execução dos serviços estão consignados no Orçamento da Prefeitura Municipal de Limoeiro do Norte, previstos no Orçamento aprovado para o Exercício Financeiro 2021, constante na seguinte dotação orçamentária:

* Secretaria Municipal de _____ do Município de Limoeiro do Norte-CE, na seguinte Dotação Orçamentária: _____; ELEMENTO DE DESPESAS: 3.3.90.39.00 - Outros serviços de terceiros Pessoa Jurídica; FONTE DE RECURSOS: 1001000000 - Recurso Ordinário.

4.4 Se o Poder Executivo do Município de Limoeiro do Norte optar pela prorrogação do contrato, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.5 Ao órgão contratante se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade do valor contratual estimado e dos recursos orçamentários previstos.

CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1 Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

5.1.1 Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2 Centralizar o comando da publicidade do CONTRATANTE em Limoeiro do Norte, para esse fim, manterá sede, escritório, sucursal ou equipe disponível.

5.1.2.1 A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outras cidades para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições 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 Limoeiro do Norte, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao CONTRATANTE, representada pelos seguintes profissionais: a) um na área de atendimento; b) um na área de planejamento; c) um na área de criação; d) um nas áreas de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica; e) um na área de mídia.

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

5.1.4 Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da CONCORRÊNCIA que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao CONTRATANTE.

5.1.5 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas.

5.1.5.1 Pertencem ao CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

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

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

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 Contratante, 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 de Fornecedores do Município de Limoeiro do Norte;
- 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 envelopes 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.

5.1.7.5 Cabe a CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

5.1.7.6 As disposições do subitem 5.1.7 a 5.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.

5.1.8 Submeter à contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência do CONTRATANTE.

5.8.1.1 É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços 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 participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

5.1.9 Obter a aprovação prévia do CONTRATANTE, por escrito, para autorizar despesas com serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

5.1.9.1 A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta do CONTRATANTE, se previamente o identificar e tiver sido por ele expressamente autorizado.

5.1.10 Apresentar ao CONTRATANTE, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, 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 nº 12.232/2010.

5.1.11 Apresentar ao CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 5.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, 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 nº 12.232/2010.

5.1.11.1 A CONTRATADA se obriga a apresentar novo estudo prévio ao CONTRATANTE sempre que houver alterações no tocante a meios, praças e veículos dos quais se revela possível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente.

5.1.12 Encaminhar, sempre que solicitado pelo CONTRATANTE, durante a vigência deste contrato, sem ônus para este, cópias das peças produzidas, nos seguintes formatos: a) TV e Cinema: uma cópia em DVD e/ou arquivos digitais; b) Internet: uma cópia em CD e/ou arquivos digitais, que constituíram a campanha ou peça; c) Rádio: uma cópia em CD, com arquivos digitais; d) Mídia impressa e material publicitário: uma cópia em CD e/ou arquivos digitais, com arquivos nas versões aberta – com as fontes e imagens em alta resolução – e finalizada.

5.1.12.1 Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD e/ou arquivos digitais.

5.1.13 Manter arquivo da propaganda da CONTRATANTE, em meio virtual, com as peças produzidas no decorrer da execução 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 aprover.

- 5.1.14 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas e material aprovados pelo CONTRATANTE.
- 5.1.14.1 O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pelo CONTRATANTE.
- 5.1.15 Entregar ao CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.
- 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 realização do contato.
- 5.1.16.2 Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, o CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.
- 5.1.17 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.
- 5.1.18 Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome do CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização.
- 5.1.19 Prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.
- 5.1.19.1 Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.
- 5.1.19.2 Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na CONCORRÊNCIA 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 infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.
- 5.1.19.4 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação 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 contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
- 5.1.19.6 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 comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações 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 à estratégia de atuação do CONTRATANTE.
- 5.1.20 Responder perante o CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.
- 5.1.20.1 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.

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 não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, de que trata o 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 intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução deste contrato.

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

8.1.4 Honorários de ___% (___ por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a 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 remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

8.3 Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, 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, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.

8.4 A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

8.5 As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse do CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965, regulamentada pelo Decreto nº 57.690/1966.

9.1.1 O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

9.2. Nas veiculações realizadas no exterior, a CONTRATADA apresentará, juntamente com as tabelas de preços dos veículos programados, declaração expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração 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 é considerado incluído nas modalidades de remuneração 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 Limoeiro do Norte- 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 da agência 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 produção externa das peças a serem reutilizadas.

10.2 Com vistas às contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores dois orçamentos para a execução 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 opções.

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

10.2.1.1 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pelo CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 70% (setenta por cento). Para a reutilização 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 variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.2 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 70% (setenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.



PREFEITURA MUNICIPAL DE LIMOEIRO DO NORTE - CEARÁ
COMISSÃO DE LICITAÇÃO Nº 001/2017



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

10.2.3 Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pelo CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

10.3 Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

10.4 A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção 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 serviço 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 mídia compatível com seu uso e destinação por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

III - que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

10.6 O CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo do Município de Limoeiro do Norte - 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 peças e o submeterá previamente ao CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

11.1 Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pelo CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - a correspondente Nota Fiscal Eletrônica em nome da entidade ao qual foi prestada a ação de publicidade, seja órgão da Administração Direta ou Indireta, incluindo Empresa Pública, Autarquia ou Sociedade de Economia Mista, ou Serviço Social Autônomo.

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

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

11.1.1 Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços, para a liquidação e pagamento das despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA ao CONTRATANTE em seu endereço.

11.1.2 O Gestor deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

11.1.3 A CONTRATADA deverá comprovar a regularidade fiscal e trabalhista, nas mesmas condições de sua habilitação, válidas para data de seus pagamentos;

11.2 A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

I - serviços executados pela CONTRATADA:

a) intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança, de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

b) execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança, de que trata o inciso I do subitem 11.1;

II - serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

- a) produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança, de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;
- b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança, de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;
- c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança, de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;
- d) veiculação: apresentação dos documentos de cobrança, de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.5.
- e) acompanhamento e orientação da comunicação institucional, assessoria e gerenciamento permanente de comunicação e marketing: apresentação dos documentos de cobrança, de que tratam os incisos I, e II subitem 11.1;
- 11.2.1** A liquidação da despesa com distribuição de peças e material de não mídia 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 programação eletrônica, rede nacional, além das providências previstas na alínea 'd' do subitem 11.2 a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.
- 11.2.3** Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, serão conferidos e atestados pelo Gestor deste contrato, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA ao CONTRATANTE.
- 11.3** O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou de veiculação, em até 5 (cinco) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2.
- 11.4** Nos casos de veiculação no exterior, as condições de liquidação e pagamento serão adaptadas às praxes de cada país e deverão levar em conta as disposições do subitem 9.2.
- 11.5** No tocante à veiculação, 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 informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;
 - III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.
- 11.6** Para a efetivação dos pagamentos, a CONTRATADA e os executores/fornecedores deverão estar com todas as certidões válidas no Cadastro de Fornecedores do Município de Limoeiro do Norte, ou apresentá-las junto às notas fiscais e faturas.
- 11.7** Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, o CONTRATANTE, a seu juízo, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.
- 11.7.1** Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.
- 11.8** No caso de eventual falta de pagamento pelo CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.
- 11.8.1** O CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.
- 11.9** O CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições 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 à 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.

11.10.2 A CONTRATADA encaminhará à CONTRATANTE relatório, até o quinto dia de cada mês subsequente ao do pagamento, com a consolidação 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 informações:

- 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 condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar e obedecidos os prazos legais.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA

12.1 A CONTRATADA prestará garantia, em favor do CONTRATANTE, no valor de R\$ _____ (_____), correspondente a 2,0 % (dois por cento) do valor total para a execução dos serviços objeto deste contrato, na forma prevista no subitem 26.1 do Edital que deu origem a esta contratação.

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 Limoeiro do Norte- 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;

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 Limoeiro do Norte.

13.5 A declaração de inidoneidade será aplicada pelos secretários contratantes ou autoridade equivalente a que esteja subordinado o CONTRATANTE, à vista dos motivos informados na instrução processual.

13.5.1 A declaração de inidoneidade permanecerá em vigor enquanto perdurarem os motivos que determinaram à 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.

13.5.2 A declaração de inidoneidade e ou sua extinção será publicada no Diário Oficial do Município de Limoeiro do Norte, e seus efeitos serão extensivos a todos os órgãos e entidades integrantes do Poder Executivo do Município de Limoeiro do Norte/CE e à Administração Pública, consoante dispõe o art. 87, IV, da Lei Federal nº 8.666/93.

13.6 As sanções previstas nos subitens 13.4 e 13.5 poderão também ser aplicadas à CONTRATADA, se, em razão dos contratos regidos pela Lei Federal nº 8.666/93:

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

II - tenha praticado atos ilícitos, visando frustrar os objetivos da licitação;

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

13.7 É facultado à CONTRATADA interpor recurso contra a aplicação das penas de advertência, suspensão temporária ou de multa, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da ciência da respectiva notificação.

13.7.1 O recurso será dirigido à 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 interposição, a autoridade competente para aplicação da sanção providenciará a sua imediata divulgação no Diário Oficial do Município de Limoeiro do Norte.

13.8 Independentemente das sanções legais cabíveis, a CONTRATADA ficará sujeita ao ressarcimento das perdas e danos causados ao CONTRATANTE pelo descumprimento das obrigações 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 nº 8.666/1993.

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

a) fora atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;

b) for envolvida em escândalo público e notório;

c) quebrar o sigilo profissional;

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

e) não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;

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

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

h) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;

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

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

14.2 Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração 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 associação da CONTRATADA com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá ao CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato, com base em documentação comprobatória que justifique quaisquer das ocorrências.

14.4 A rescisão, por algum dos motivos previstos na Lei Federal nº 8.666/1993, não dará à CONTRATADA o direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da Lei Federal nº 8.666/1993.

14.5 A rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte do CONTRATANTE, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato limitadas ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste ajuste, até a completa indenização dos danos.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

15.1 A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com os preceitos do §1º do art. 37 da Constituição 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 CONCORRÊNCIA que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

15.3 O CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário oficial do Município de Limoeiro do Norte, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei Federal nº 8.666/1993.

15.4 Constituem direitos e prerrogativas do CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei Federal nº 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 nº 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 disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

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

15.7.1 As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

15.8 É vedada a prestação de serviços por familiar de agente público vinculado a cargos de confiança do Município de Limoeiro do Norte/CE, por intermédio da CONTRATADA.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - FORO

16.1 As questões decorrentes da execução deste contrato que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Foro da Comarca de Limoeiro do Norte/CE, 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.

Local e data.

CONTRATANTE

CONTRATADA

Testemunha

Testemunha



ANEXO VI

MODELO DE DECLARAÇÃO DE REGULARIDADE NO MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO

Ref.: CONCORRÊNCIA Nº 2021.0305001-PMLN

DECLARAÇÃO

A empresa, com sede na Rua, na cidade de, Estado de, inscrita no CNPJ/MF sob o nº, neste ato representada pelo(a) Sr(a), portador(a) do RG nº e do CPF/MF nº, **DECLARA**, para fins de participação na **CONCORRÊNCIA Nº 2021.0305001-PMLN** do Município de Limoeiro do Norte/CE, 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.



PREFEITURA MUNICIPAL DE LIMOEIRO DO NORTE
COMISSÃO DE LICITAÇÕES E PREÇOS



ANEXO VII

MODELO DA DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATOS SUPERVENIENTES

DECLARAÇÃO

Ref.: CONCORRÊNCIA Nº 2021.0305001-PMLN

A empresa, com sede na Rua, na cidade de, Estado de, inscrita no CNPJ/MF sob o nº, neste ato representada pelo(a) Sr(a)., portador(a) do RG nº e do CPF/MF nº, **DECLARA**, para fins de participação na **CONCORRÊNCIA Nº 2021.0305001-PMLN** do Município de Limoeiro do Norte/CE, sob as penas da lei que, que até a presente data inexistem fato(s) superveniente(s) impeditivo(s) para sua habilitação no presente processo licitatório, estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

Local e data.

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.



ANEXO VIII

MODELO DE DECLARAÇÃO DE SUJEIÇÃO ÀS CONDIÇÕES ESTABELECIDAS NO EDITAL

Ao
Município de Limoeiro do Norte
A/C. Comissão Permanente de Licitação
Ref.: **CONCORRÊNCIA Nº 2021.0305001-PMLN**

Prezados Senhores,

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

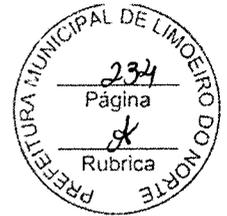
Local e data.

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.



CONTRATO Nº 001/2014



ANEXO IX

PLANILHA DE JULGAMENTO DE PROPOSTAS

Mote da campanha: _____
Julgador: _____

1. Raciocínio Básico (valor 15 pontos)

Critérios	0	1	2	3	4	5
1.1 Diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Poder Executivo do Município de Limoeiro do Norte referente ao briefing proposto JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____						
1.2 Compreensão do proponente sobre o problema de comunicação proposto JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____						
1.3 Desafios de comunicação a serem enfrentados relativos ao problema de comunicação proposto JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____						

PONTUAÇÃO SUBTOTAL: _____

Nome e assinatura do avaliador

Mote da campanha: _____
Julgador: _____

2. Estratégia de Comunicação Publicitária (30 pontos)

Critérios	0	1	2	3	4	5
2.1 Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Poder Executivo do Município de Limoeiro do Norte e a seu problema específico de comunicação JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____						
2.2 Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____						
2.3 Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____						
2.4 Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação do Poder Executivo do Município de Limoeiro do Norte JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____						
2.5 capacidade de articular os conhecimentos sobre o Poder Executivo do Município de Limoeiro do Norte, o mercado no qual se insere, seu problema específico de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____ _____						
2.6 Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Poder Executivo de Limoeiro do Norte com seus públicos JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____ _____						



PONTUAÇÃO SUBTOTAL: _____

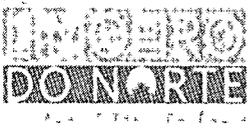
Nome e assinatura do avaliador _____

Mote da campanha: _____

Julgador: _____

3. Ideia Criativa (35 pontos)

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



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

Mote da campanha: _____
 Julgador: _____

4. Estratégia de Mídia e Não Mídia (25 pontos)

Critérios	0	1	2	3	4	5
4.1 Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____ _____						
4.2 Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____ _____						
4.3 Consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____ _____						
4.4 Consistência demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Poder Executivo do Município de Limoeiro do Norte JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____ _____						
4.5 Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____ _____						

PONTUAÇÃO SUBTOTAL: _____

Nome e assinatura do avaliador



DOMINAR



Mote da campanha: _____
Julgador: _____

5. Capacidade de Atendimento (25 pontos)

Critérios	0	1	2	3	4	5
5.1 Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____						
5.2 Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do Poder Executivo do Município de Limoeiro do Norte JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____						
5.3 Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____						
5.4 Operacionalidade do relacionamento entre o Poder Executivo do Município de Limoeiro do Norte e a licitante, esquematizado na proposta JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____						
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 Limoeiro do Norte, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____						

PONTUAÇÃO SUBTOTAL: _____

Nome e assinatura do avaliador

Mote da campanha: _____

Julgador: _____

6. Repertório (15 pontos)

Critérios	0	1	2	3	4	5
6.1 Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____						
6.2 Qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____						
6.3 Clareza da exposição das informações prestadas JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____						

PONTUAÇÃO SUBTOTAL: _____

Nome e assinatura do avaliador



Mote da campanha: _____

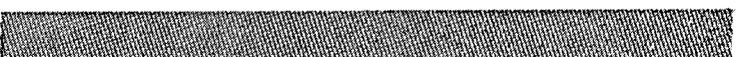
Julgador: _____

7. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (15 pontos)

Critérios	0	1	2	3	4	5
7.1 Evidência de planejamento publicitário JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____						
7.2 Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____						
7.3 Relevância dos resultados apresentados JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO: _____ _____						

PONTUAÇÃO SUBTOTAL: _____

Nome e assinatura do avaliador



DOMÍNIO

PREFEITURA MUNICIPAL DE LIMOEIRO DO NORTE
COMISSÃO DE LICITAÇÕES E PREÇOS



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 (15 pontos)</u>	
MÉDIA FINAL	

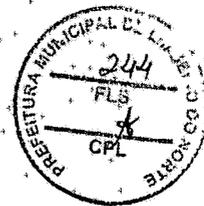
_____ Ass. Julgador 1
_____ Ass. Julgador 2
_____ Ass. Julgador 3

DIÁRIO
DO LARANJEIRO

SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO
CAMPUS DE LARANJEIROS, 10 DE ABRIL DE 2014



ANEXO X
Tabela em vigência do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará



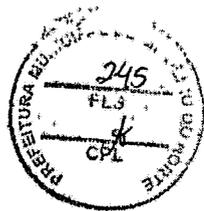
VALORES REFERENCIAIS DE SERVIÇOS INTERNOS

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

sinapro

CEARÁ

2020/2021



[Handwritten signature]

146

**SINAPRO GEARA
GESTÃO 2017 - 2020**

Bob Santos
Presidente
Agência - SC 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 - GK 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

	PEÇA/TIPO	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	VALOR TOTAL
1		R\$993,64	R\$662,43	R\$1.656,07
2		R\$1.987,27	R\$1.324,85	R\$3.312,12
3		R\$3.974,55	R\$2.649,70	R\$6.624,25
	PEÇA/TIPO	FOR FORMATO	18 FORMATOS GDN*	
4		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
MOBILE		
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 rotelo 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 tem 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.

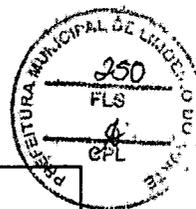
ETAPAS DE TRABALHO

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
38	<p>O Business Intelligence é amplo com varias areas 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 demorado pelos clientes: análise de campanhas de comunicação.</p> <p>Análise de BI Análise qualitativa de dados gerados a partir das diversas plataformas disponíveis no mercado que coletam dados nos canais utilizados nas ações.</p>	 R\$4.800,00

CAMPANHAS DIGITAIS



	SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
	PLANEJAMENTO DE CAMPANHA	
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	
	GESTÃO DE CAMPANHA DE PERFORMANCE	
	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	Rede de Display Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada
42	Programática Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada
43	Campanhas Digitais 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	
44	Planejamento e Criação	20% da verba gerenciada
45	Gestão de Campanha	20% da verba gerenciada
46	Rede de Pesquisa Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada

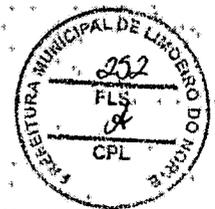
ADVERGAMES

	SERVIÇO / ESCOPO	
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

	SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
	<p>PLANEJAMENTO DE REDES SOCIAIS</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"> • Diagnóstico da presença nas redes sociais; • Definição dos objetivos a serem atingidos • Avaliação das melhores plataformas para a marca e definição do papel estratégico de cada uma • Criação de guia de conteúdo, incluindo a identidade visual, recursos a serem utilizados, persona da marca, tom de voz, editorial e volumetria. • Definição de métricas para acompanhamento • Definição de ferramentas para análise de desempenho 	R\$ 26.400,00
	<p>GESTÃO DE REDES SOCIAIS</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>Gestão de Canais e Conteúdo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação • Publicação de conteúdo próprio ou de terceiros • Planejamento recorrente dos temas abordados no mês • Entrega e apresentação de relatório mensal 	R\$ 14.400,00/mês
55	<p>Gestão de Monitoramento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais (até 800 menções/mês) • Monitoramento das postagens com métricas, análise, avaliação de resultados • Monitoramento de menções e temperatura de humor • Monitoramento de resultados de ações e campanhas • Indicadores de desempenho (KPIs) • Entrega e apresentação de relatório mensal 	R\$ 16.000,00/mês
56	<p>Gestão de Relacionamento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Monitoramento do relacionamento dos seguidores com a marca (até 5.000 seguidores) • Classificação do perfil de seguidores e influenciadores • Monitoramento e análise para ações emergenciais complexas e sem complexidade • Volume médio de 150 interações por mês • Entrega e apresentação de relatório mensal 	R\$ 16.800,00/mês
57	<p>Gerenciamento de WhatsApp (até 200 interações por mês)</p>	R\$ 19.891,00/mês

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
	PLANEJAMENTO 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.	
58	<ul style="list-style-type: none">- Análise do comportamento de busca do mercado da empresa- Definição de palavras-chave positivas e negativas que afetam a audiência- Identificação das palavras-chave que estão mais associadas ao domínio- Definição dos melhores canais (buscadores)- Definição dos tipos de conteúdo mais adequados- Definição das estratégias de link building- Análise no Ranking organico (organic) e de autoridade (authority)- Estudo de consistência das palavras-chave em páginas específicas- Traffic source - tendência no volume de buscas para o mercado/segmento emissor dos buscadores- Análise do Campo Semântico para qualificação da audiência desejada- Definição da estratégia de Gestão de Autoridade- Definição de Metas e KPIs	R\$ 26.400,00

	SERVIÇO / ESCOPO	
	DIAGNÓSTICO E SETUP INICIAL DO CAIXA 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.	
59	<ul style="list-style-type: none">- Apontamento de otimizações da estrutura da informação no site- Melhorias no Title e Meta Description- Correções na indexação do site (rastreamento, ações maliciosas, DNS, 404 robots, sitemaps e servidores)- Levantamento de Transferência de propriedade e autoridade de página/domínio- Análises de Broken Link, Backlinks e Link Building- Identificação de erros e fatores que podem ser interpretados como black hat- Relatório de posição no site na busca orgânica em palavras-chave positivas	R\$ 12.000,00

Observação: Preço para 20 Seções/Templates

	SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
	GESTÃO DE SEO 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.	
60	<ul style="list-style-type: none">- Orientações para criação de conteúdos relacionados aos objetivos traçados- Instruções técnicas para otimização de páginas- Revisão constante de códigos do canal- Otimização do conteúdo e das imagens- Instruções para otimização de back links- Gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento- Volume sugerido criação de um conteúdo por semana	R\$ 9.600,00/mês

Observação: Escopo e investimentos estimados para um canal de pequeno e médio porte com especificação funcional semelhante aos citados 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.

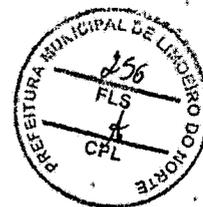
3) O preço não inclui hospedagem, compra de domínio e certificados, que devem ser orçados a parte.

E-MAIL MARKETING

SERVIÇO / ESCOPO				
	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	Criação de layout 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	Produção HTML	R\$ 1.590,00		R\$ 1.590,00
79	Ferramenta de envio			Preço Sob Consulta
80	Disparo			Preço Sob Consulta
81	Mensuração			Preço Sob Consulta
82	Outros serviços de E-mail Marketing 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				
83	Produção Editorial	R\$ 3.972,00		R\$ 3.972,00
84	Criação de Layout	R\$ 7.950,00	R\$ 5.298,00	R\$ 13.248,00
85	Produção HTML	R\$ 2.583,00		R\$ 2.583,00
86	Ferramenta de envio			Preço Sob Consulta
87	Disparo			Preço Sob Consulta
88	Mensuração			Preço Sob Consulta
89	Outros serviços de Newsletter 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

SERVIÇO / ESCOPO				
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, hotsite, 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 taxação 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.

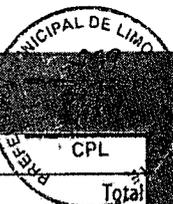
TABELA VÁLIDA ATÉ FEVEREIRO DE 2021



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		R\$ 20.455,00
3	Varejo		R\$ 13.997,00
4	Institucional público/privado		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	
			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 incluídos 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

Projeto de Programação Visual (não incluídos os custos de produção, finalização e computação gráfica)

		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

Anúncios de Jornal (caderno tamanho standard)

		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	Aplicativos, 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

Anúncio de Jornal (caderno tamanho classificados)

		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

Edital (Atas/Avisos/Balancetes/Balanços/Editais)

Edital (Atas/Avisos/Balancetes/Balanços/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

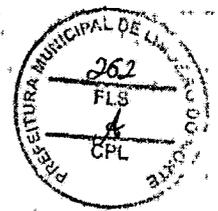
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
84	Até 1/2 página	R\$ 1.224,00	R\$ 473,00	R\$ 455,00	R\$ 2.152,00
85	Até 1 página; Sobrecapa	R\$ 1.839,00	R\$ 712,00	R\$ 728,00	R\$ 3.279,00
86	Até página dupla	R\$ 3.079,00	R\$ 1.202,00	R\$ 1.412,00	R\$ 5.693,00
87	Apliques	R\$ 1.402,00	R\$ 547,00	R\$ 296,00	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

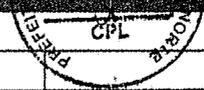
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
98	Adesivo de chão	R\$ 2.639,00	R\$ 785,00	R\$ 1.230,00	R\$ 4.654,00
99	Adesivo de vitrine	R\$ 1.560,00	R\$ 1.208,00	R\$ 971,00	R\$ 3.739,00
100	Adesivo lateral escada rolante	R\$ 1.560,00	R\$ 844,00	R\$ 747,00	R\$ 3.151,00
101	Adesivo para vidro de carro até 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 táxi	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	Traseirao 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	Letreiros/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					Total
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	
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 (lamina 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



194	Cartaz/Pôster até formato A4; Cartazete	R\$ 572,00	R\$ 499,00	R\$ 296,00	R\$ 1.367,00
195	Carta Circular (lâmina A4)	R\$ 695,00	R\$ 331,00	R\$ 90,00	R\$ 1.116,00
196	Convite para eventos (elaborado)	R\$ 2.110,00	R\$ 632,00	R\$ 383,00	R\$ 3.125,00
197	Convite para eventos (simples)	R\$ 1.623,00	R\$ 487,00	R\$ 296,00	R\$ 2.406,00
198	Encarte CD (lâmina A4)	R\$ 1.153,00	R\$ 796,00	R\$ 296,00	R\$ 2.245,00
199	Encarte em jornal/revista (lâmina A4)	R\$ 1.990,00	R\$ 1.043,00	R\$ 986,00	R\$ 4.019,00
200	Envelope especial (para convite, folder etc.)	R\$ 1.196,00	R\$ 986,00	R\$ 296,00	R\$ 2.478,00
200	Folheto (lâmina A4)	R\$ 2.248,00	R\$ 1.106,00	R\$ 750,00	R\$ 4.104,00
201	Folheto técnico (lâmina A4)	R\$ 898,00	R\$ 810,00	R\$ 455,00	R\$ 2.163,00
202	Formulários	R\$ 641,00	R\$ 499,00	R\$ 44,00	R\$ 1.184,00
203	Panfletos, Volante (lâmina A4)	R\$ 703,00	R\$ 331,00	R\$ 455,00	R\$ 1.489,00
204	Pasta especial	R\$ 1.229,00	R\$ 602,00	R\$ 747,00	R\$ 2.578,00
205	Pasta sem faca especial	R\$ 865,00	R\$ 364,00	R\$ 296,00	R\$ 1.525,00
206	Portfólio (lâmina A4)	R\$ 3.343,00	R\$ 1.294,00	R\$ 750,00	R\$ 5.387,00
207	Santinho	R\$ 506,00	R\$ 331,00	R\$ 296,00	R\$ 1.133,00
208	Selo	R\$ 813,00	R\$ 484,00	R\$ 44,00	R\$ 1.341,00

Brindes

		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
209	Agenda (por folha)	R\$ 291,00	R\$ 123,00	R\$ 44,00	R\$ 458,00
210	Aplicação de marca em brindes ou uniformes existentes	R\$ 331,00	R\$ 159,00	R\$ 44,00	R\$ 534,00
211	Avental	R\$ 756,00	R\$ 641,00	R\$ 44,00	R\$ 1.441,00
212	Baralho	R\$ 2.297,00	R\$ 1.043,00	R\$ 972,00	R\$ 4.312,00
213	Bandana	R\$ 643,00	R\$ 449,00	R\$ 44,00	R\$ 1.136,00
214	Imã de geladeira	R\$ 418,00	R\$ 331,00	R\$ 44,00	R\$ 793,00
215	Leque	R\$ 418,00	R\$ 331,00	R\$ 46,00	R\$ 795,00
216	Bolsa, Sacola	R\$ 756,00	R\$ 641,00	R\$ 44,00	R\$ 1.441,00
217	Bonê, Viseira	R\$ 418,00	R\$ 331,00	R\$ 44,00	R\$ 793,00
218	Calendário (bolso/mesa)	R\$ 849,00	R\$ 791,00	R\$ 296,00	R\$ 1.936,00
219	Calendário (custo por lâmina)	R\$ 1.224,00	R\$ 986,00	R\$ 296,00	R\$ 2.506,00
220	Camiseta	R\$ 756,00	R\$ 641,00	R\$ 44,00	R\$ 1.441,00
221	Caneta, Lápis	R\$ 499,00	R\$ 331,00	R\$ 44,00	R\$ 874,00
222	Car fresh	R\$ 876,00	R\$ 725,00	R\$ 180,00	R\$ 1.781,00
223	Chaveiro, Copo, Caixa de fósforo, Guardanapo	R\$ 443,00	R\$ 331,00	R\$ 44,00	R\$ 818,00
224	Guarda-Sol	R\$ 752,00	R\$ 331,00	R\$ 44,00	R\$ 1.127,00
225	Marcador de página	R\$ 752,00	R\$ 331,00	R\$ 44,00	R\$ 1.127,00
226	Mouse pad	R\$ 770,00	R\$ 488,00	R\$ 373,00	R\$ 1.631,00
227	Risque rabisque	R\$ 774,00	R\$ 488,00	R\$ 296,00	R\$ 1.558,00
228	Toalha	R\$ 876,00	R\$ 671,00	R\$ 180,00	R\$ 1.727,00

Material Promocional/Ponto de Venda

		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
229	Balcão para degustação c/ criação do mobiliário	R\$ 5.667,00	R\$ 1.208,00	R\$ 373,00	R\$ 7.243,00
230	Balcão para degustação s/ criação do mobiliário	R\$ 2.833,00	R\$ 1.208,00	R\$ 373,00	R\$ 4.414,00
231	Bandeira	R\$ 638,00	R\$ 488,00	R\$ 44,00	R\$ 1.170,00
232	Bandeirola (por lâmina)	R\$ 1.229,00	R\$ 818,00	R\$ 373,00	R\$ 2.420,00

[Handwritten signature]

		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
233	Banner acima de 3 m ²	R\$ 1.835,00	R\$ 1.609,00	R\$ 273,15	
234	Banner até 1 m ²	R\$ 1.835,00	R\$ 785,00	R\$ 945,00	R\$ 3.565,00
235	Banner até 2 m ²	R\$ 1.835,00	R\$ 1.019,00	R\$ 1.232,00	R\$ 4.086,00
236	Banner até 3 m ²	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	Crochê	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	Móvil (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
Feiras, Eventos e Shows					
		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 m ²	R\$ 9.571,00	R\$ 2.043,00	R\$ 971,00	R\$ 12.585,00
271	Stand de feira acima de 50 m ² (por m ²)	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					
		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\$ 160,00	R\$ 1.529,00
291	Cordel	R\$ 572,00	R\$ 274,00	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

[Handwritten signature]

Logotipos/Identidade Visual

		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
312	Aplicação de marca já existente (por peça)	R\$ -	R\$ 331,00	-	-
313	Criação de marca com aplicação na papelaria básica	R\$ 11.604,00	R\$ 3.482,00	R\$ 44,00	R\$ 15.130,00
314	Fachada empresa/loja	R\$ 4.325,00	-	R\$ 44,00	-
315	Layout para tintura de carro (por modelo)	R\$ 2.248,00	-	R\$ 44,00	-
316	Logotipo produto, imobiliário, evento	R\$ 4.610,00	R\$ 1.799,00	R\$ 44,00	R\$ 6.453,00
317	Marca para grande empresa	R\$ 13.198,00	R\$ 1.799,00	R\$ 44,00	R\$ 15.041,00
318	Marca para microempresa	R\$ 5.075,00	R\$ 1.799,00	R\$ 44,00	R\$ 6.918,00
319	Marca para média empresa	R\$ 10.153,00	R\$ 1.799,00	R\$ 44,00	R\$ 11.996,00
320	Marca para pequena empresa	R\$ 7.107,00	R\$ 1.799,00	R\$ 44,00	R\$ 8.950,00
321	Readaptação de marca e reestudo de aplicação em papelaria	R\$ 5.157,00	R\$ 4.131,00	R\$ 44,00	R\$ 9.332,00
322	Selo comemorativo/promocional	R\$ 3.980,00	R\$ 1.963,00	R\$ 44,00	R\$ 5.987,00

Ilustrações

		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
323	Charge	R\$ 808,00	-	-	-
324	Gráfico	R\$ 756,00	R\$ 725,00	-	-
325	Ilustração simples	R\$ 569,00	-	-	-
326	Ilustração elaborada	R\$ 677,00	-	-	-
327	Mapa de localização (ilustração)	R\$ 1.243,00	R\$ 1.182,00	-	-
328	Mascote/personagem	R\$ 10.906,00	-	R\$ 44,00	-
329	Story board (por quadro)	R\$ 147,00	-	-	-
330	Tabela	R\$ 545,00	R\$ 649,00	-	-

Projetos Especiais*

				Total
331				
332	Troféu			R\$ 3.769,00
333	Medalha			R\$ 2.693,00
334	Inflável			R\$ 2.693,00
335	Totem			R\$ 2.907,00

* Só layout.

Hora/Profissional

			Total
336			
337	Presidente		R\$ 740,00
338	Vice-Presidente		R\$ 495,00
339	Diretor de Contas		R\$ 310,00
340	Diretor de Atendimento		R\$ 247,00
341	Pesquisa		R\$ 124,00
342	Atendimento		R\$ 124,00
343	Diretor de Arte		R\$ 247,00
344	Redator		R\$ 247,00
345	Planejamento		R\$ 372,00
346	Produtor Gráfico		R\$ 186,00
347	Mídia		R\$ 186,00
348	Arte-Finalista		R\$ 124,00
349	Computação Gráfica		R\$ 124,00
350	Produtor Eletrônico		R\$ 186,00
351	Produtor de Eventos		R\$ 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
CUSTOS INTERNOS DE COMPUTAÇÃO GRÁFICA			
Os valores abaixo serão acrescidos aos custos das peças criadas e finalizadas.			
			Total
360	Conversão de Programa de Apresentação (por página)		R\$ 740,00
361	Envio ou recebimento de e mail (por cm ²)		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 ²)		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
Fechamento de Arquivo, Gravação de DVD ou CD e/ou Transmissão Via Rede			
			Total
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
Despesas de Tele-entrega			
			Total
388	Entrega sem retorno		R\$ 22,00



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

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.

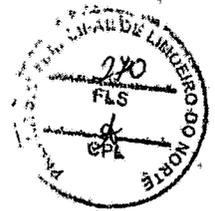
ACRÉSCIMO DE 100% SOBRE OS CUSTOS DA TABELA

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]



SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

Sinapro

CEARÁ

www.sinaproce.com.br

 sinaproceara

 sinaproceara

**ANEXO XI
 PROJETO BÁSICO
 CONCORRÊNCIA Nº 2021.0305001-PMLN**

Regido pela Lei Federal nº 12.232/2010, aplicando-se subsidiariamente as Leis Federais nº 8.666/1993 e Nº 4.680/1965, legislação complementar em vigor, Leis nº 123/2006 e nº 147/2014.

1. OBJETO: Contratação de serviços de publicidade de uma agência de propaganda pelo período de 12 (doze) meses, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar O público em geral, em conformidade com a Lei Federal Nº 12.232/2010, aplicando-se subsidiariamente as Leis Federais Nº 8.666/1993 e Nº 4.680/1965.

1.1.1 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 Limoeiro do Norte e suas secretarias interessadas.

1.1.1.1 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.1.1 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.

1.1.2 É vedado incluir outros serviços não previstos no subitem 1.1.1, 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.

1.1.2.1 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.

1.2 Para a prestação dos serviços será contratada **01 (uma) agência de propaganda**, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

1.2.1 Os serviços objeto da presente CONCORRÊNCIA 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.



1.2.2 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 1.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.2.3 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 1.

1.3. **CONTRATANTE** – Prefeitura Municipal de Limoeiro do Norte (PMLN), através das Unidades Gestoras – **Secretaria Municipal de Governo – SEGOV; Secretaria Municipal de Saúde – SECSA; Secretaria Municipal de Educação Básica – SEMEB; Secretaria Municipal de Assistência Social e de Políticas Públicas para Mulheres, Crianças e Adolescentes e Pessoas com Deficiência – SEMAS; Secretaria Municipal de Infraestrutura e Urbanismo – SEINFRA.**

2. JUSTIFICATIVA:

Para cumprir o preceito legal de garantir ampla publicidade dos atos do Poder Público, a Prefeitura Municipal de Limoeiro do Norte, precisa contar com a parceria de uma agência de publicidade que contribua para a qualificação da sua comunicação institucional e de serviços. A divulgação das ações da Prefeitura é necessária e indispensável para o acompanhamento e controle social da atividade pública no Município.

A comunicação publicitária dos serviços públicos e ações da administração municipal é uma necessidade que se manifesta na rotina da comunidade, mas também em momentos que exigem a mobilização dos cidadãos. A boa comunicação aproxima a Prefeitura da comunidade, permitindo a identificação das reais demandas sociais e a escolha acertada de prioridades. Para tanto, deve ser pensada e trabalhada como um esforço de mão dupla que permite a cada segmento da gestão municipal informar e se informar com a comunidade.

O objetivo da contratação de serviços publicitários é atender, portanto, à necessidade contínua de dar identidade às ações do poder público e divulgar de forma direta os serviços oferecidos, mantendo a comunidade informada das atividades. Caberá à agência de Publicidade a criação de campanhas e peças publicitárias e de propaganda e a escolha dos veículos mais adequados para sua difusão, entre outras ações que visem compatibilizar os valores do poder público com o município. A comunicação publicitária deverá ter articulação sincronizada com as ações promovidas pela Prefeitura de Limoeiro do Norte, assim como aquelas desenvolvidas pelos governos estadual e federal cujo foco será o município. As campanhas publicitárias deverão ter caráter educacional, mobilizador e também de valorização dos serviços e do patrimônio público.

3. CONCEITOS:

Considerando que a comunicação publicitária é estratégica para a consolidação de um novo modelo de gestão pública, onde a informação é elemento fundamental na construção de uma nova realidade, o trabalho a ser proposto para Prefeitura Municipal de Limoeiro do Norte deverá ater-se aos três seguintes conceitos:

- **Transparência** – Em tempos de democracia, é obrigação das administrações públicas prestar contas com a comunidade. Além do valor ético, existem mecanismos legais que cobram transparência dos administradores. Com uma gestão transparente, a administração ganha a confiança e credibilidade da população – construindo uma relação sólida de parceria, fundamental para o desenvolvimento.
- **Marketing Público** – A divulgação de ações desenvolvidas funciona como uma estratégia de gestão. Se projetos em andamento não são divulgados, abre-se a possibilidade da população não tirar deles o melhor proveito e, assim, as ações não surtirem o efeito desejado.

• Visão de Futuro – Uma determinada administração não deve limitar-se ao mandato pois é preciso cultivar, entre os gestores e junto à população, a ideia de um desenvolvimento sólido. A publicidade é um instrumento estratégico da administração pública que favorece a mobilização da sociedade em torno de grandes temas de interesse do município.

4. TIPOS DE PUBLICIDADE: Apresentados os conceitos, a comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Limoeiro do Norte deve estar orientada pelas seguintes premissas:

Publicidade Institucional

Deverá ser feita, com o objetivo de divulgar informações sobre atos, obras e programas do Município, e principalmente sobre a aplicação do recurso público, de forma mais transparente possível, sempre prestando contas a população dos recursos públicos Municipais e quais as metas e resultados obtidos.

- **Unidade e Integração** – a comunicação publicitária deverá ser homogênea e integrada entre todas as secretarias e órgãos municipais, evitando desperdícios de esforços e recursos de propaganda e mantendo a unidade da imagem da Prefeitura.
- **Consolidação da Imagem** – o conceito administrativo da Prefeitura Municipal de Limoeiro do Norte deverá ser inserido através da marca gráfica e de sua complementação conceitual, quando houver, em todas as peças e campanhas publicitárias.
- **Prestação de Contas** – a população deve ser sempre informada, de forma clara e transparente, de todos os esforços empreendidos pela Prefeitura na realização de obras e ações administrativas executadas ou a executar, voltadas a atender ao desenvolvimento da população de Limoeiro do Norte.
- **Parceria** – a comunicação publicitária deve priorizar ações que estimulem a integração com cidadãos, profissionais, instituições, programas e eventos, visando a melhoria da qualidade de vida idealizada pela administração municipal.

Publicidade de Utilidade Pública

Deverá ser feita com a divulgação de campanhas preventivas, educativas e informativas de interesse público, tais como; vacinação infantil; dengue; matrícula escolar; combate à evasão escolar; valorização do servidor público; preservação do meio ambiente; preservação do patrimônio público, devendo ser realizada como parte da conquista das melhorias sociais traçadas pela Prefeitura, transmitindo mensagens que possam auxiliar no desenvolvimento comunitário e individual, melhorando a qualidade de vida da população, devendo:

- Vincular-se a objetivos sociais de inquestionável interesse público, sempre assumindo caráter educativo, informativo ou de orientação social;
- conter sempre um comando, que oriente a população a adotar um comportamento e uma promessa de benefício, individual ou coletivo, que possa vir a ser cobrado pelo cidadão;
- expressar-se com objetividade e clareza;
- utilizar linguagem de fácil entendimento pelo cidadão.

Publicidade Mercadológica

Deverá ter como foco o Município e suas potencialidades para a atração de instalação de Indústrias, promovendo o Município como um Pólo Industrial, mostrando:

- sua estrutura;
- sua capacidade e porte para receber filiais das maiores indústrias nacionais;

• os benefícios tributários, Federais, Estaduais e Municipais, concedidos para a instalação de Indústrias no Município de Limoeiro do Norte.

Entre as principais campanhas a serem desenvolvidas para a Prefeitura Municipal de Limoeiro do Norte estão: datas comemorativas; atração de indústrias; valorização da cultura local; campanhas de utilidade pública; campanha de preservação do patrimônio, entre outras.

5. ORÇAMENTO BÁSICO: A verba publicitária, disponibilizada para o presente projeto, será de R\$ 1.200.000,00 (um milhão e duzentos mil reais), na sua totalidade.

6. ORIGEM DOS RECURSOS: Os recursos serão do Município, divididos com as suas várias unidades financeiras nos seguintes valores:

Secretaria Gestora	Valor para período de 12 (doze) meses
Secretaria Municipal de Governo – SEGOV	R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais)
Secretaria Municipal de Saúde – SECSA	R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais)
Secretaria Municipal de Educação Básica – SEMEB	R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais)
Secretaria Municipal de Assistência Social e de Políticas Públicas para Mulheres, Crianças e Adolescentes e Pessoas com Deficiência – SEMAS	R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais)
Secretaria Municipal de Infraestrutura e Urbanismo - SEINFRA	R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais)
Valor Global	R\$ 1.200.000,00 (um milhão e duzentos mil reais)

7. PAGAMENTOS:

Os pagamentos serão realizados por campanha, peça executada ou ação desenvolvida, em acordo com a planilha de cada uma.

O presente Projeto Básico tem como finalidade nortear a contratação de uma Agência de Publicidade para prestar serviços no Município de Limoeiro do Norte, por um período de 12 (doze) meses, e foi feito de acordo com as informações prestadas pela Administração do Município de Limoeiro do Norte.

- Cuidar da imagem da Prefeitura de Limoeiro do Norte;
- Fortalecer a credibilidade da Prefeitura;
- Promover a interatividade entre a Prefeitura e o público;
- Divulgar as ações e propósitos da Prefeitura, das suas secretarias e órgãos da administração municipal;
- Integrar iniciativas a linguagem e as iniciativas de comunicação dos vários segmentos da gestão municipal;
- Contribuir para o desenvolvimento da responsabilidade sócio-ambiental;
- Contribuir para a educação de jovens e crianças para a cidadania;
- Posicionar o Município como agente do desenvolvimento social e econômico;
- Cumprir a obrigação legal do Poder Público de informar seus atos;
- Educar e conscientizar para preservação do patrimônio público.

8. VIGÊNCIA DO CONTRATO: O contrato produzirá seus jurídicos e legais efeitos a partir data de sua assinatura e vigorará pelo prazo de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado caso seja permitido pelo artigo 57 da Lei Federal nº 8.666/93.



9. DISPOSIÇÕES FINAIS:

9.1. Este projeto básico visa atender as exigências legais para o procedimento licitatório na modalidade Concorrência do Tipo Técnica e Preço, constando todas as condições necessárias e suficientes, ficando proibido por este termo exigir cláusulas ou condições que comprometam, restrinjam, ou frustrem o caráter competitivo e estabeleçam preferências ou destinações em razão de naturalidade dos licitantes ou de qualquer outra circunstância impertinente ou irrelevante para sua especificação.

9.2. Reproduza-se este projeto básico na minuta do edital e no edital.