



**ESTADO DE SERGIPE**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU**  
**Secretaria Municipal da Comunicação Social**  
**Comissão Especial de Licitação**

---

**CONCORRÊNCIA 02/2013**



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

<b>TERMO DE RECEBIMENTO DE EDITAL</b>	
<b>CONCORRÊNCIA 02/2013</b>	
<b>Empresa</b>	
<b>Endereço</b>	
<b>CNPJ</b>	
<b>Telefone</b>	
<b>E-mail</b>	

Recebi da SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL, cópia do Edital de Concorrência 02/2013, cuja abertura será realizada às 9 horas do dia 08 de novembro de 2013, em Aracaju/SE.

Aracaju, 20 de setembro de 2013.

\_\_\_\_\_  
Nome do Responsável da Empresa

A falta de preenchimento e remessa do recibo do Edital à Diretoria de Administração e Finanças da Secretaria da Comunicação Social exime a Administração da comunicação de eventuais retificações ocorridas no instrumento convocatório e de quaisquer informações adicionais.



## SUMÁRIO

<b>Edital</b>	<b>Página</b>
<b>1. IDENTIFICAÇÃO DA LICITAÇÃO .....</b>	<b>04</b>
<b>2. OBJETO .....</b>	<b>04</b>
<b>3. RECEBIMENTO DOS ENVELOPES.....</b>	<b>05</b>
<b>4. VALOR DA CONTRATAÇÃO.....</b>	<b>05</b>
<b>5. INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS.....</b>	<b>06</b>
<b>6. IMPUGNAÇÃO E RECURSOS.....</b>	<b>07</b>
<b>7. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO.....</b>	<b>09</b>
<b>8. CREDENCIAMENTO.....</b>	<b>10</b>
<b>9. PROPOSTA TÉCNICA.....</b>	<b>10</b>
<b>10. PROPOSTA DE PREÇO.....</b>	<b>23</b>
<b>11.HABILITAÇÃO.....</b>	<b>27</b>
<b>12. PROCEDIMENTO DE LICITAÇÃO.....</b>	<b>30</b>
<b>13. SUBCOMISSÃO TÉCNICA.....</b>	<b>33</b>
<b>14. DO CONTRATO E SUA EXECUÇÃO.....</b>	<b>34</b>
<b>15. GARANTIAL CONTRATUAL.....</b>	<b>36</b>
<b>16. CLASSIFICAÇÃO ORÇAMENTÁRIA.....</b>	<b>38</b>
<b>17. PAGAMENTO.....</b>	<b>38</b>
<b>18. FISCALIZAÇÃO.....</b>	<b>39</b>
<b>19. PENALIDADES.....</b>	<b>39</b>
<b>20. DISPOSIÇÕES GERAIS.....</b>	<b>40</b>

**Anexo I (Briefing)**

**Termo Referência**

**Anexo II (Modelo de Procuração)**

**Anexo III (Declaração de Empregados Menores)**

**Anexo IV (Planilha de Cotação)**

**Anexo V (Minuta de Contrato)**

**Anexo VI(Seleção Interna de Agência)**

**Anexo VII (Núcleo de Mídia)**



## CONCORRÊNCIA PARA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE EDITAL Nº 002/2013

O Município de Aracaju, por intermédio da **Secretaria da Comunicação Social**, e essa através da sua Comissão Especial de Licitação, instituída por Decreto devidamente publicado e constante no processo, comunica Vossa(s) Senhoria(s) que receberá e iniciará a abertura dos envelopes, contendo a documentação e proposta alusivas a esta licitação, que se processará sob o regime da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, e, de forma complementar, pela Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, Decreto nº 57.690, de 01 de fevereiro de 1966, Decreto nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002, e pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão), da seguinte forma:

### 1. DA IDENTIFICAÇÃO DA LICITAÇÃO

**1.1. MODALIDADE:** *Concorrência n° 002/2013.*

**1.2. TIPO:** *Melhor Técnica e preço*

**1.3. ÓRGÃO INTERESSADO:** *Secretaria Municipal da Comunicação Social*

**1.4. CNPJ nº:** 13128780/0039-74

### 2. DO OBJETO

**2.1.** É objeto da licitação, prestação de serviços de publicidade, assim compreendidos o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a produção, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir idéias ou informar o público em geral, observado o caráter educativo, informativo e de orientação social, nos termos do artigo 37, §1º da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, para os órgãos e entidades da Administração Pública Direta e Indireta do poder Executivo Municipal, a serem prestados por intermédio de até 02 (duas) agências de propaganda, detalhados no *Briefing* e no Termo de Referência, integrantes deste Edital, conforme especificado no Anexo I deste instrumento.

**2.1.1.** Poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas; à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados; e à criação



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

**2.1.2.** É vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor;

**2.1.3.** As pesquisas e avaliações, previstas no subitem 2.1.1 como atividades complementares, terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato, sendo vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

### **3. DO RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTAÇÃO.**

**3.1.** Os invólucros com as **Propostas Técnica e de Preço** serão recebidos como segue:

**A) DATA: 08/11/ 2013 (08 de novembro de dois mil e treze).**

**B) HORÁRIO: 9:00 h (nove horas).**

**C) LOCAL:** Centro administrativo Prefeito Aloisio Campos – R. Frei Luiz Canolo de Noronha, 42 – Conj. Costa e Silva – CEP 49097-27- Aracaju/SE.

**3.2.** Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário e local indicados no item 3.1 deste Edital.

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

**3.3.** Os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão de Licitação.

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

**3.5.** Após declarada aberta a sessão pelo Presidente da Comissão de Licitação, não se admitirá a participação de qualquer licitante que chegar posteriormente, ainda que não se tenha procedido ao credenciamento.

### **4. DO VALOR DA CONTRATAÇÃO:**



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

**4.1.** O valor total estimado desta Concorrência é de R\$ 12.000,000,00 (doze milhões de reais), para um período de 12 (doze) meses, com possibilidade de prorrogações por iguais e sucessivos períodos, em observância à legislação pertinente, até o limite de 60 meses.

**4.2.** O valor total previsto no item anterior, consta do orçamento (00), de acordo com o disposto no Plano Plurianual vigente, e com as previsões e dotações orçamentárias.

**4.3.** As despesas com o pagamento do referido objeto, correrão por conta da dotação orçamentária da SECOM, reservando-se o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade da verba prevista e contratada, de acordo com sua necessidade; em face da peculiar natureza do contrato de prestação de serviços a ser celebrado.

**4.3.1.** A não utilização dos recursos previstos não gera qualquer direito ao contratado, seja de que natureza for, inclusive indenizatória;

**4.4 .** A SECOM se reserva, ainda, ao direito de proceder a licitações distintas, para realizações de eventos específicos e eventuais, do interesse da municipalidade.

## **5- RETIRADA DO EDITAL**

**5.1** Este Edital e seus Anexos encontram-se à disposição dos interessados nos dias úteis, de segunda à sexta-feira, no horário de 9h às 12h e das 14h às 17h30, no seguinte endereço: Rua Frei Luiz Canolo de Noronha nº 42, Bairro Ponto Novo, Aracaju-SE.

**5.2** No ato da retirada do Edital, a proponente **DEVERÁ** fornecer à Comissão de Licitação as seguintes informações: *nome e endereço completo da empresa, números de telefone e fax para contato, nome de pessoa para contato comercial e respectivo endereço eletrônico (e-mail).*

**5.3-** O Edital também poderá ser retirado por meio do sítio [www.aracaju.se.gov.br](http://www.aracaju.se.gov.br) , observado o procedimento ali previsto:

**5.4.** Independente da forma em que se der a retirada do Edital, as empresas interessadas nesta concorrência **DEVERÃO enviar à Comissão de Licitação pelo e-mail [licitacao.secom@aracaju.se.gov.br](mailto:licitacao.secom@aracaju.se.gov.br)**, as seguintes informações: Nome/Razão Social e Endereço completo da empresa, CNPJ, números de telefone e fax para contato, nome de pessoa para contato comercial e respectivo endereço eletrônico (e-mail), conforme modelo de Recibo de Retirada do Edital.

**5.4.1** A remessa do Recibo de Retirada do Edital por email garante às licitantes celeridade nas comunicações de eventuais retificações ocorridas no Edital, e de quaisquer informações adicionais de forma mais eficiente.

## **6. DAS INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL:**



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

**6.1.** Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão 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**, em uma das seguintes formas:

- por carta ou ofício: protocolado na Sede da SECOM situada R. Frei Luiz Canolo de Noronha, 42 – Conj. Costa e Silva – CEP 49097-27- Aracaju/SE., de segunda a sexta-feira, das 09 horas às 12 h;
- pelo fac-símile nº (xx) xxxxxxxxx
- pelo e-mail [licitacao.secom@aracaju.se.gov.br](mailto:licitacao.secom@aracaju.se.gov.br)

**6.1.1** Os pedidos de esclarecimentos **serão respondidos exclusivamente** mediante divulgação na internet e notificação para os e-mails cadastrados, sem informar a identidade da licitante consulente e de seu representante.

**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.

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

**6.1.3** Qualquer solicitação de esclarecimentos fora do prazo estipulado no subitem 6.1, a Comissão de Licitação não se responsabilizará em respondê-las..

## **7- DA IMPUGNAÇÃO DO EDITAL E DOS RECURSOS EM GERAL:**

7.1 - Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até 05 (cinco) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preços no Protocolo da Secretaria da Comunicação Social, localizado na Rua Frei Luiz Canolo de Noronha nº 42, Bairro Ponto Novo – Aracaju/SE, de segunda a sexta-feira, das 08h00min às 12h00min e das 15h00min às 17h00min, o qual será julgado e respondido em até 03( três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.

7.2 - Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a LICITANTE que não o fizer até 02 (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.



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

7.2.2.1. O pedido de impugnação, com a indicação das falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, **deverá ser protocolizado fisicamente**, de segunda a sexta-feira, das 8 as 12 horas, no protocolo do Centro Administrativo da Prefeitura Municipal, endereçado à Comissão de Licitação da SECOM, localizado na Rua Frei Luiz Canolo de Noronha nº 42, Bairro Ponto Novo – Aracaju/SE.

7.2.2.2. A impugnação também poderá ser enviada para o e-mail [licitacao.secom@aracaju.se.gov.br](mailto:licitacao.secom@aracaju.se.gov.br) nos respectivos prazos. Nesse caso, o documento original deverá ser apresentado no endereço e nos horários previstos no subitem precedente, até 5 (cinco) dias contados do encaminhamento do e-mail.

7.2.2.3. A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item 7 será recebida como mera informação.

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

7.2.2.4. Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.

7.3 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 à SECOM, por intermédio da Comissão de Licitação, no endereço mencionado no item 7.1, deste Edital.

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

7.5 Recebida(s) a(s) impugnação (ões) e recurso(s) administrativo(s), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão de Licitação 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) ao Secretário Municipal de Comunicação, que decidirá em 5 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

7.6 Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal, e/ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da proponente.

7.7 Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos ou impugnações até o seu término, vistas ao processo desta Concorrência, em local e horário a serem indicados pela Comissão de Licitação.

7.8 Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação das proponentes e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão de Licitação - motivadamente e se houver interesse para a Secretaria Municipal de Comunicação - atribuir efeito suspensivo aos





recursos interpostos contra outras decisões.

## **8. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

**8.1.** Poderão participar da licitação quaisquer Agências de Propaganda – pessoa jurídica – que satisfaçam a definição de “agência de propaganda”, constante do artigo 3º da Lei nº 4.680/65, constituída ou em regular funcionamento no Brasil, e que, na fase de habilitação, comprovem possuir os requisitos de qualificação exigidos neste edital, conforme o art. 22, §1º da Lei nº 8.666/93;

**8.2.** Não poderá participar desta concorrência a agência de propaganda:

- a) Que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Administração Pública Municipal;
- b) Cujas falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c) Que tenha sido considerada como inidônea, por órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual ou Municipal.
- d) Estrangeira que não funcione no País.
- e) Que estiver reunida sob a forma de consórcio.
- f) Cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados pertençam sejam servidores da PMA;
- g) cujo Envelope nº 1:
  - g.1) presente em sua parte externa a identificação da licitante ou marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Envelope nº 2;
  - g.2) esteja danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Envelope nº 2.

**8.3.** Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma proposta.

**8.4** A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão de Licitação o invólucro padronizado previsto neste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos; a observância dos



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
**Comissão Especial de Licitação**

---

preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

**8.5** A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, ressalvado que a SECOM não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

### **9. DO CREDENCIAMENTO:**

9.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão de Licitação o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

9.1.1 Os documentos mencionados no subitem 9.1 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas ou os Documentos de Habilitação e comporão os autos do processo licitatório.

9.1.2 Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que 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 a Comissão de Licitação ateste sua autenticidade.

9.1.3 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 constantes do modelo que constitui o Anexo II. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão de Licitação 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.

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

9.3 A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

9.4 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 Comissão de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 3.1, alínea c deste Edital.

### **10. DA PROPOSTA TÉCNICA**

**I) DA ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA:**

**10.1** A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão de Licitação acondicionada nos Envelopes nº 1, nº 2 e nº 3.

**Envelope nº 1**

**10.1.1** No Envelope nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 10.2 e 10.3.

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

**10.1.1.1.1** O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada no horário das 09 horas às 12 h, na Secretaria Municipal de Comunicação – Comissão de Licitação, com endereço a localizado na Rua Frei Luiz Canolo de Noronha nº 42, Bairro Ponto Novo – Aracaju/SE nesta cidade.

**10.1.1.1.2** O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente, por escrito, já com cadastro no email [licitacao.secom@aracaju.se.gov.br](mailto:licitacao.secom@aracaju.se.gov.br).

**10.1.1.2** O Envelope nº 1 deverá estar sem qualquer outro fechamento, além do que seja porventura oferecido pela SECOM, e sem rubrica.

**10.1.1.3** Para preservar – até a abertura do Envelope nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Envelope 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.

**Envelope nº 2**

**10.1.2** No Envelope nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 10.5.

**10.1.2.1** O Envelope nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

***Envelope nº 2***

***Secretaria Municipal de Comunicação - SECOM***

- Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.***
- Nome empresarial e CNPJ da licitante.***



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

**Concorrência nº.02/2013**

**10.1.2.2** O Envelope 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.

**10.1.2.3** O Envelope nº 2 não poderá 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 Envelope nº 2.

**Envelope nº 3**

**10.1.3** No Envelope 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 10.5 a 10.10.

**10.1.3.1** O Envelope nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**Envelope nº 3**

**Secretaria Municipal de Comunicação - SECOM**

**Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.**

**Nome empresarial e CNPJ da licitante.**

**Concorrência nº.02/2013**

**10.1.3.2** O Envelope 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.

**10.1.3.3** O Envelope nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Envelope nº 1) e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2.

**II) DA APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA:**

**10.2.** A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos, em dois envelopes a seguir detalhados, de acordo com o panorama geral a seguir:

**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, Repertório, Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**



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

### **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**

**10.3** O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

- Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, ambas em branco;
- Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato;
- Espaçamento de 3 cm na direita e 2 cm na esquerda, a partir da borda;
- Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- Espaçamento ‘simples’ entre as linhas e duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- Alinhamento justificado do texto;
- Texto e numeração de páginas em fonte ‘arial’, cor preta, tamanho ‘12 pontos’, observado o disposto nos subitens 10.3.1, 10.3.2 e 10.3.3;
- Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, à direita parte inferior da página;
- Sem identificação da licitante.

**10.3.1** As especificações do subitem 10.3 não se aplicam às peças e material de que trata a alínea ‘b’ do subitem 10.4.3 e à indicação prevista no subitem 10.4.3.3.5.

**10.3.2** Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráfico e/ou tabela, observadas as seguintes regras:

- a) Os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) Os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte ‘arial’, cor preta, tamanho ‘10 pontos’;
- c) As páginas em que estiverem inseridos os gráficos e/ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 10.3.6, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

**10.3.3** Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia, poderão:

- I - Ser editados em cores;
- II - Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
- III - Ter qualquer tipo de formatação de margem;
- IV - Ser apresentados em papel A3 dobrado.

**10.3.4** Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 10.3.



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

**10.3.4.1** Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Envelope nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas ‘c’ do subitem 10.1.1.3 e nas disposições que tratam do procedimento, todos deste Edital.

**10.3.5** 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 Envelope nº 2.

**10.3.6** Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem 10.4.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

**10.3.7** Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto na alínea ‘c’ do subitem 10.1.1.3, no subitem 10.3.4.1, nas disposições sobre o procedimento, todos deste Edital.

**10.3.8** 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.

**10.3.9** Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

**10.3.9.1** Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 10.3, no que couber.

**10.4** 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 elaborada com base no Briefing (Anexo I), observadas as seguintes disposições:

**10.4.1** Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da SECOM para enfrentar o desafio de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no Briefing.

**10.4.2** Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para solucionar o problema de comunicação expresso no Briefing, 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.



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

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

a) Apresentar relação de todas as peças e/ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 10.4.2, com comentários sobre cada peça e ou material.

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 desafio de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

**10.4.3.1** Os comentários mencionados na alínea ‘a’ do subitem 10.4.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e/ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

**10.4.3.2** 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 10.4.3 e na alínea ‘a’ do subitem 10.4.3.3, a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 10.4.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

**10.4.3.3** Os exemplos de peças e/ou material de que trata a alínea ‘b’ do subitem 10.4.3:

a) Estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;

b) Podem ser apresentados sob a forma de:

b.1 Roteiro, layout ou storyboard impressos, para qualquer meio;

b.2 Protótipo ou ‘monstro’, para peças destinadas a rádio e internet;

b.3 Storyboard animado ou animatic, para TV.

c) Só serão aceitos finalizados em caso de Não Mídia.

**10.4.3.3.1** Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

**10.4.3.3.2** Os storyboards animados ou animatics e os protótipos ou ‘monstros’ 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.

**10.4.3.3.3** Os protótipos ou ‘monstros’ de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

**10.4.3.3.4** 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



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

disposto no subitem 10.3.4.1. Peças que não se ajustem às dimensões do Envelope nº 1 podem ser dobradas.

**10.4.3.3.5** Cada peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, 'monstro' internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 10.4.3.

**10.4.3.4** Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea 'a' do subitem 10.4.3.3, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) As reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de fingers – entre outros), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) Um hotsite e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- e) Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- g) 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.

**10.4.3.4.1** Na apresentação de proposta de hotsite a que se refere a alínea 'g' do subitem 10.4.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

**10.4.4** Estratégia de Mídia e Não Mídia - 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 materiais destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

**10.4.4.1** Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 10.4.3 deverão constar dessa simulação.

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

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





ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

Mídia;

g) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de Não Mídia.

**10.4.4.3** Nessa simulação:

- a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- c) Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

**Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**

**10.5.** 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.

**Capacidade de Atendimento**

**10.6** 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, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**10.6.1** Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 10.6 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

**10.6.2** Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 10.6 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 Envelope nº 2.

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

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

- a) Relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema,



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
**Comissão Especial de Licitação**

internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

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

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

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

### **Repertório**

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

**10.8.1** Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 10.8 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

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

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

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

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

**10.9.1.1** As peças e/ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01/01/2008.

**10.9.1.2** As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 10.8 ou ser apresentadas soltas.

**10.9.1.3** As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 10.8, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

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



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

**10.9.1.4** Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 10.9.1, 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 seção específica deste edital.

**10.9.2** 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.

**10.9.3** As peças e/ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela SECOM.

**Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

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

**10.10.1** Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 10.10 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 10.11, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

**10.10.2** 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 Envelope nº 2.

**10.11** 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 descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

**10.11.1** As propostas de que trata o subitem 10.11 devem ter sido implementadas a partir de 01/01/2008.

**10.11.2** Se a licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade de pontuação máxima prevista na seção específica deste edital.

**10.11.3** Os relatos devem conter o 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.

**10.11.4** 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. Se incluídas:



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

I - As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 10.10 ou ser apresentadas soltas;

II - As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 10.10, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

III - Para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

**10.11.4.1** Se apresentadas soltas, as peças gráficas poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

**III) DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA:**

**10.12.** A Subcomissão Técnica prevista no item 14 deste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

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

QUESITOS			PONTOS
a)	Plano de Comunicação Publicitária		65
Subquesitos			
a1)	Raciocínio Básico	10	
a2)	Estratégia de Comunicação Publicitária	25	
a3)	Ideia Criativa	20	
a4)	Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	
b)	Capacidade de Atendimento		15
c)	Repertório		10
d)	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10
Total Pontuação Máxima			100

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

**10.13.2.1. Plano de Comunicação Publicitária:**

**10.13.2.1.1. Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão: (2,5 para cada item)**

- a) das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura;
- b) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

- c) do desafio de comunicação a ser enfrentado pela Prefeitura;
- d) das necessidades de comunicação da Prefeitura para enfrentar esse desafio.

**10.13.3.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: (5,0 para cada item)**

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura a seu desafio de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura com seu público;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação da Prefeitura
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta

**10.13.3.1.3. . Ideia criativa – com pontos distribuídos da seguinte forma:**

- a) Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha: **3,0 (três) pontos;**
- b) Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida: **3,0 (três) pontos;**
- c) Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos, revelada nas peças publicitárias que se apresentarem: **4,0 (quatro) pontos.**
- d) sua pertinência às atividades da Prefeitura e à sua inserção nos contextos social, político e econômico; **2,5 (dois e meio) pontos**
- e) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados; **2,5 (dois e meio) pontos**
- f) a exequibilidade das peças e ou do material; **2,5 (dois e meio) pontos**
- g) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos. **2,5 (dois e meio) pontos**

**10.13.3.1.4. Estratégia de mídia e não mídia - com pontos distribuídos da seguinte forma:**

- a) Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante: **4,0 (quatro) pontos;**
- b) Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta: **6,0 (seis) pontos.**



**10.13.3. Capacidade de Atendimento – (3,0 pontos para cada item)**

a) Capacidade geral de produção revelada pela licitante, considerando a quantidade e a qualificação dos clientes:

b) Capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a quantidade e a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da agência licitante:

c) Capacidade geral estrutural revelada pela licitante, considerando a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato:

d) Sistemática de atendimento, relevando no julgamento dos quesitos operacionalidade, segurança, grau de liberdade conferido à cliente na escolha de soluções alternativas e presteza no atendimento às solicitações;

e) Capacidade geral informativa revelada pela licitante, considerando 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 da Prefeitura, sem ônus adicional, durante a execução do contrato;

**10.13.4. Repertório – com os pontos distribuídos da seguinte forma:**

a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver; - **4,0 pontos**

b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material; **3,0 pontos**

c) a clareza da exposição das informações prestadas; **3,0 pontos**

**10.13.5. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – 2,5 pontos para cada item**

a) a evidência de planejamento publicitário;

b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

c) a relevância dos resultados apresentados;

d) a concatenação lógica da exposição.

**10.13.6.** A pontuação final de cada Proposta Técnica será definida pela soma das notas atribuídas a cada um dos fatores relacionados nos itens supra, completando o **total máximo de 100,0 (cem) pontos;**

**10.13.7.** A nota do quesito será encontrada efetuando-se a média aritmética da pontuação atribuída por cada membro da subcomissão técnica aos itens acima mencionados;

**10.13.7.1.** A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos estabelecidos neste instrumento convocatório;

**10.13.7.2.** No caso do item anterior, persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da subcomissão técnica, autores das pontuações



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

consideradas destoantes, deverão registrar em Ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e comporá o processo da licitação, na forma estabelecida neste Edital;

**10.13.8.** A nota de cada licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos;

**10.13.9.** Serão desclassificadas as Propostas Técnicas que:

**10.13.9.1.** Não atenderem às exigências do presente Edital e de seus anexos;

**10.13.9.2.** Não alcançarem, no total, a nota mínima de **70,0 (setenta) pontos**;

**10.13.9.3.** Obtiverem nota 0,0 (zero) em quaisquer dos quesitos;

**10.13.10.** Será considerada vencedora da fase do julgamento técnico a licitante que obtiver a maior pontuação na soma das notas dos quesitos;

**10.13.11.** Se houver empate que impossibilite a identificação automática da vencedora desta fase, será considerada mais bem-classificada a licitante que obtiver as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos itens Raciocínio Básico e Estratégias de Mídia e Não-Mídia.

**10.13.12.** Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público.

## **11. DA PROPOSTA DE PREÇO:**

### **I- DA ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇO:**

**11.1.** A Proposta de Preço deverá ser entregue à Comissão de Licitação acondicionada nos Envelopes nº4:.

#### **Envelope nº 4**

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

*Envelope nº 4*

*Secretaria Municipal de Comunicação - SECOM*

*Proposta de Preço*

*Nome empresarial e CNPJ da licitante.*

*Concorrência nº.02/2013*



**11.1.2.** O Invólucro 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.

## **II) DA APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO:**

**11.2.** A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

I - apresentada:

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

b) datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

II - elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo IV.

**11.3.** A proposta deverá ser apresentada em língua portuguesa, em 01 (uma) via, em papel timbrado da licitante, sem rasuras, emendas, omissões ou entrelinhas, devidamente assinada e rubricada em todas as folhas pelo representante legal ou procurador do licitante.

**11.4.** A proposta de preço também deve apresentar **o tratamento dos Direitos Autorais**, estabelecendo:

a) **. AS CONTRATADAS cedem ao CONTRATANTE a cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso das idéias/autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, arte-finalização e assemelhados, incluindo os estudos, análises e planos, etc.) peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência da presente licitação, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato respectivo;**

b) O compromisso de quando a Contratante optar pela cessão total e definitiva dos direitos de imagem (atores e modelos) e para os direitos de uso de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), de fazer constar dos ajustes que vierem a ser celebrados com esses terceiros, para produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:

**b.1)** Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte, e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados;

**b.2)** Estabeleçam que a Contratante poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência





ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
**Comissão Especial de Licitação**

---

do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;

**b.3).** Considerar-se-á como já incluído no custo da produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado, ou total e definitiva.

**c).** O compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês, os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes e cessão de direitos de uso de obras consagradas, incorporadas à peça, e os de cessão dos demais direitos;

**d).** O compromisso de sempre negociar melhores condições de preço para os direitos de imagem e som, de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da contratante.

**e).** O compromisso de que, quando os serviços a serem desenvolvidos envolvam a contratação de bens ou serviços de terceiros, essa contratação ocorra em conformidade com as exigências contidas no artigo 14, e seus parágrafos, da Lei nº 12.232/2010.

**11.5.** Nos preços propostos deverão estar incluídos todos os tributos e despesas com materiais e mão-de-obra, seja qual for a sua natureza, incluindo fretes, seguros, encargos sociais, trabalhistas e fiscais, ISS, despesas de viagem, locomoção, permanência, alimentação e quaisquer outras, segundo a legislação em vigor, representando a compensação integral pela prestação dos serviços, havendo, ainda, o compromisso de repassar ao Município todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços;

**11.6.** O prazo de validade da proposta não será inferior a 60 (sessenta) dias, contados da data da abertura dos envelopes respectivos;

**11.7.** Os preços constados nas propostas são definitivos, não sendo aceita qualquer comunicação posterior, por qualquer meio, informando erro ou omissão, por parte do licitante ou de seus prepostos;

***III) DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇO:***

**11.8.** As Propostas de Preços das licitantes classificadas, ultrapassadas as fases da habilitação e do julgamento das propostas técnicas, serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

**11.8.1.** Será desclassificada a Proposta de Preços que:

**a).** Não atender às exigências deste Edital e de seus anexos ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

b) Apresentar desconto sobre os preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda da Sergipe, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante, menor do que 20% (vinte por cento).

c) Apresentar percentual de honorários maior do que 12% (doze por cento), referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros.

d) Apresentar percentual de honorários maior do que 20% (vinte por cento), a serem cobrados na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao cachê original a ser pago pela CONTRATANTE, a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz.

e) Apresentar percentual de honorários maior do que 20% (vinte por cento), a ser cobrado na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras.

**11.9.** Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o **Anexo IV**.

**11.10.** A Comissão de Licitação atribuirá notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	Notas (N)
Percentual de <b>desconto</b> sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Sergipe	$N = (\text{Desconto} - 20) / 4$
Percentual de <b>honorários</b> referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição <u>não</u> proporcione à licitante o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros	$N = 5 \times (12 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários a serem cobrados na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao cachê original a ser pago pela CONTRATANTE, a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz.	$N = (20 - \text{Honorários}) / 2$
Percentual de honorários a serem cobrados na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras.	$N = (20 - \text{Honorários}) / 2$

**Observação:** para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos **desconto** e



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

**honorários** serão substituídos nas fórmulas da coluna **Notas** pelas respectivas percentagens que constarem de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo “%”.

**11.10.1;** A nota de cada Proposta de Preços será obtida mediante a soma das notas dos quesitos constantes da tabela referida no item **11.10**.

### **11.11. Nota Final**

**11.11.1.** Será aplicado o peso de 25 (vinte e cinco) para a proposta de preço e de 75 (setenta e cinco) para a proposta técnica. A nota final de cada LICITANTE será definida pela equação:

$$N F = (\text{Nota da Proposta de Preço}) \times 0,25 + (\text{Nota da Proposta Técnica}) \times 0,75$$

**11.11.2.** A proposta que obtiver a maior nota final será a primeira classificada, a segunda maior nota a segunda classificada e assim sucessivamente.

**11.11.3.** Se houver empate, será assegurada a preferência a empresa brasileira, persistindo o empate será assegurada a preferência para a que teve a menor nota na valoração da proposta de preço, persistindo o empate será realizado sorteio, em ato público, para o qual os Licitantes serão convocados.

## **12. DA HABILITAÇÃO**

**12.1.** A Proposta de Preço deverá ser entregue à Comissão de Licitação acondicionada nos Envelopes nº5.

### **Envelope nº 5**

**12.1.1** O Envelope nº 5 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

#### ***Envelope nº 5***

#### ***Secretaria Municipal de Comunicação - SECOM***

- Documentos de habilitação***
- Nome empresarial e CNPJ da licitante.***
- Concorrência nº.02/2013***

**12.2.** Para fins de habilitação a esta Concorrência, os licitantes deverão apresentar os seguintes documentos:

#### **12.2.1. Habilitação Jurídica:**

- a).Registro Comercial, no caso de empresa individual;



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

- b) Ato Constitutivo, Estatuto ou Contrato Social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
- c). Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhado de prova de diretoria em exercício;
- d) Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

### 12.2.2. Qualificação Técnica:

- a). Comprovante de Registro ou Inscrição da licitante na entidade profissional competente, quais sejam: Sindicato das Agências de Propaganda/Publicidade de seu domicílio ou sede; Sindicato Nacional das Agências de Propaganda – SINAPRO; ou Associação Brasileira de Agências de Publicidade – ABAP;
- b) Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características, quantidades e prazos com o objeto da licitação, da seguinte forma:
  - b.1)** Atestados ou certidões de serviços similares de complexidade tecnológica e operacional e equivalente ou superior, em nome da licitante, fornecidos por clientes - pessoas jurídicas de direito público ou privado - onde conste que a licitante manteve, ou mantém, contrato e que executou, ou está executando, a contento, serviços pertinentes e compatíveis, em características, com o objeto desta licitação, devendo estar claramente assinalado o cargo/função daquele que assinou o atestado em favor da proponente e, para efeito de aferição da similaridade e compatibilidade com o objeto licitado, considerar-se-á como parcela relevante dos serviços: planejamento, criação, produção de rádio, TV e/ou outdoor, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c). Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento, concedido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, atestando que o licitante tem estrutura profissional técnica e de conjunto mínimo de informações e dados de mídia.

### 12.2.3. Qualificação Econômico-Financeira:

- a). Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada à apresentação de balancetes ou balanço provisórios, e, se encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação da proposta, poderá ser atualizado seus valores por índices oficiais. A comprovação da boa situação financeira será verificada através do cálculo do(s) seguintes(s) índice(s) contábil(eis): índice de liquidez geral igual ou maior do que 1 (um);



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

**a.1).** Estes índices deverão ser calculados e demonstrados, em documento, pelos licitantes de acordo as técnicas correntes de contabilidade, segundo a fórmula:

$$ILG = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}} \geq 1$$

**a.2).** As empresas com menos de um exercício financeiro devem cumprir a exigência deste item mediante apresentação de balanço de abertura ou do último balanço patrimonial levantado, conforme o caso;

**a.3).** Serão considerados aceitos como na forma da lei o balanço patrimonial e demonstrações contábeis assim apresentados:

- 1). Publicados em diário oficial ou jornal de grande circulação;
- 2) Autenticados ou registrados na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante;
- 3). Por cópia do livro diário, inclusive dos termos de abertura e de encerramento, devidamente autenticado ou registrado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante.

**b).** Certidão(ões) Negativa(s) de Falência e Concordata, expedida(s) pelo(s) distribuidor(es) da sede da pessoa jurídica;

**c)** Comprovação, na forma da lei (devidamente autenticado ou registrado na Junta Comercial ou em Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas), de possuir, até a data de apresentação da proposta, patrimônio líquido de 5,0% (cinco por cento) do valor total estimado desta Concorrência.

#### **12.2.4. Regularidade Fiscal e Trabalhista:**

**a).** Prova de inscrição no Cadastro Geral de Contribuintes/Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CGC ou CNPJ), conforme o caso;

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

**c).** Prova de regularidade para com as Fazendas:

**c.1).** Federal, mediante a apresentação da Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativos a Tributos Federais e Dívida Ativa da União, expedida pela Procuradoria Geral da Fazenda Nacional ou pela Secretaria da Receita Federal;

**c.2).** Estadual, mediante a apresentação da Certidão Negativa de Débitos Estaduais, emitida pela Fazenda Estadual do respectivo do domicílio ou sede do licitante;



**c.3).** Municipal, mediante apresentação da Certidão Negativa de Débitos Municipais, emitida pela Fazenda Municipal do respectivo do domicílio ou sede do licitante.

**d).** Prova de regularidade relativa à Seguridade Social (INSS) e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), mediante apresentação, respectivamente, da Certidão Negativa de Débito - CND e do Certificado de Regularidade do FGTS – CRF;

**e).** Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação da Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT (art. 29, V da Lei nº 8.666/93).

#### **12.2.5. Cumprimento do disposto no inc. XXXIII do art. 7º da Constituição Federal:**

**a).** Declaração que não possui empregados menores de 18 (dezoito) anos, na forma do Anexo III.

#### **12.2.6.. Os documentos de habilitação poderão ser apresentados em:**

- a).** Originais, desde que possam ficar retidos e ser autuados no processo;
- b).** Cópias autenticadas;
- c).** Cópias não autenticadas, acompanhadas dos originais, os quais serão devolvidos após conferência; ou ainda
- d)** Por publicação em órgão de imprensa oficial.

**12.2.7.** As certidões serão consideradas válidas até 90 (noventa) dias da data de sua emissão, salvo se consignarem em seu próprio texto prazo de validade diferente;

**12.2.8.** Os documentos de habilitação serão apresentados somente pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas; todavia, deverão os mesmos já estar válidos à data de apresentação das propostas.

### **13. DO PROCESSAMENTO DA LICITAÇÃO**

**13.1.** No dia, hora e local indicados no item 3 deste Edital, realizar-se-á a sessão pública onde os Licitantes interessados deverão entregar à Comissão Permanente de Licitação os envelopes de **PROPOSTA TÉCNICA** e o de **PROPOSTA DE PREÇOS**, em invólucros distintos e separados;

**13.2.** Quando da entrega dos envelopes **PROPOSTA TÉCNICA** e **PROPOSTA DE PREÇOS**, o licitante, ou seu representante legal, deverá apresentar, separadamente, à Comissão de Licitação, seu credenciamento, na forma do item 9 e seguintes, deste Edital;



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

**13.3.** Os integrantes da subcomissão técnica, constituída da forma prevista neste Edital e encarregada da análise e julgamento das propostas técnicas, não poderão participar dessa sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços;

**13.4.** Os invólucros padronizados com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária só serão recebidos pela Comissão Permanente de Licitação se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante;

**13.5.** A Comissão de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária;

**13.6.** Em seguida, proceder-se-á à abertura dos 02 (dois) invólucros com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária e do Conjunto de Informações referentes ao proponente, e lacre dos invólucros contendo a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária e a Proposta de Preços, nessa sessão pública, pela Comissão de Licitação;

**13.7.** O descumprimento do disposto nos itens 13.4 e 13.5, destinados a garantir o julgamento do Plano de Comunicação Publicitária sem o conhecimento de sua autoria, até a abertura dos invólucros com a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária, implicará na anulação do certame, sem prejuízo da apuração de eventual responsabilidade administrativa, civil ou criminal dos envolvidos na irregularidade;

**13.8.** Ato contínuo, a Comissão de Licitação encerrará a sessão, da qual será lavrada Ata e assinada por todos os presentes, e fará o encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão técnica, para análise e julgamento;

**13.9.** A subcomissão técnica promoverá a análise individualizada e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária, desclassificando-se os que desatenderem as exigências legais e as estabelecidas neste instrumento convocatório, e desclassificando-se, ainda, aqueles que contenham a oposição, em qualquer parte da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente;

**13.10.** A subcomissão técnica promoverá, também, a análise individualizada e julgamento do Conjunto de Informações referentes ao proponente, desclassificando-se os que desatenderem quaisquer das exigências legais e as estabelecidas neste instrumento convocatório, e desclassificando-se, ainda, aqueles que contenham a oposição ao invólucro do Conjunto de Informações referentes ao proponente, assim como dos documentos nele contidos, de marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do Plano de Comunicação Publicitária;

**13.11.** Após a análise individualizada e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária e do Conjunto de Informações referentes ao proponente, a subcomissão técnica elaborará Ata de Julgamento do Plano de Comunicação Publicitária e Ata de Julgamento do Conjunto de Informações referentes ao proponente, distintas, e fará o encaminhamento dessas Atas à Comissão



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram, em cada caso;

**13.12.** Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições deste instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação aos seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica, até que expirem todos os prazos para interposição de recursos, ou haja sua renúncia, relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro com via identificada do Plano de Comunicação Publicitária;

**13.13.** Realizado o julgamento das propostas técnicas dos licitantes por parte da subcomissão técnica, a Comissão de Licitação designará dia e hora visando à realização de sessão pública para apuração e publicação do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

**13.13.1.** Abertura dos invólucros com a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária;

**13.13.2.** Cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

**13.13.3.** Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;

**13.13.4.** Proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação.

**13.14.** Publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados, verificado o disposto no item 13.18, e da ordem de classificação, organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso. Havendo desistência expressa do direito de recorrer por parte de todos os licitantes, a sessão prosseguirá, imediatamente, com a realização do ato do item seguinte;

**13.15.** Devolução dos envelopes lacrados com a proposta de preços dos licitantes desclassificados e abertura dos invólucros com as propostas de preços dos licitantes classificados, em sessão pública, após transcurso do prazo sem interposição de recurso, sua renúncia ou o seu julgamento, onde será feita a avaliação e a valorização, de acordo com critérios objetivos preestabelecidos neste instrumento convocatório;

**13.16.** A classificação dos proponentes far-se-á de acordo com a média das valorizações das propostas técnicas e de preço, mediante uma nota final e de acordo com os cálculos e pesos preestabelecidos neste instrumento convocatório;

**13.17.** Publicação do resultado do julgamento final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso. Havendo desistência expressa do direito de recorrer por parte de todos os licitantes, a sessão prosseguirá, imediatamente, com a realização do ato previsto no item 13.19;





**13.18.** A critério exclusivo do Município, no caso de desclassificação de todas as propostas, em ambos os casos – técnica e/ou de preço, poderão ser convocados os participantes para, no prazo de 08 (oito) dias úteis, apresentarem novas propostas, conforme o caso, escoimadas das causas de sua desclassificação;

**13.19.** Convocação dos licitantes classificados no julgamento final das propostas, após transcurso do prazo sem interposição de recurso, sua renúncia ou o seu julgamento, para apresentação dos documentos de habilitação;

**13.20.** Recebimento e abertura do invólucro com os documentos de habilitação dos licitantes classificados no julgamento final das propostas, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e neste instrumento convocatório, onde serão os mesmos rubricados pelos licitantes presentes e Comissão de Licitação;

**13.21.** Decisão quanto à habilitação ou inabilitação dos licitantes classificados no julgamento final das propostas e abertura do prazo para interposição de recurso. Havendo desistência expressa do direito de recorrer por parte de todos os licitantes, a sessão prosseguirá, imediatamente, com a realização do ato previsto no item 13.23;

**13.22.** A critério exclusivo do Município, no caso de inabilitação de todos os licitantes, poderão ser convocados os mesmos para, no prazo de 08 (oito) dias úteis, apresentarem nova documentação;

**13.23.** Reconhecida a habilitação dos licitantes, após transcurso do prazo sem interposição de recurso, sua renúncia ou o julgamento, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto licitado;

**13.24.** É facultada à Comissão de Licitação, em qualquer fase da licitação, promover quaisquer diligências destinadas ao esclarecimento ou complementação necessária à instrução do processo licitatório, vedada à inclusão posterior de documentos, ou de informações que deveriam constar, originariamente, das respectivas propostas;

**13.25.** Após a fase de habilitação, não cabe desistência de proposta, assim como não cabe desclassificar os licitantes por motivo relacionado com a habilitação, salvo em razão de fatos supervenientes ou só conhecidos após o julgamento;

**13.26.** Todas as propostas serão rubricadas pelos licitantes presentes e Comissão de Licitação, após a finalização de suas respectivas fases e publicação do resultado dos seus julgamentos.

#### **14. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

**14.1.** A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública a ser designada e publicada oficialmente, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com esta Prefeitura;



**14.2.** A relação dos nomes referidos no item 14.1 será publicada na imprensa oficial deste Município, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio;

**14.3.** Até 48 h (quarenta e oito horas) antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem o item 14.1, mediante fundamentos jurídicos plausíveis;

**14.4.** Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de se abster de atuar na subcomissão técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente;

**14.5.** 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 número mínimo exigido;

**14.6.** A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no item 14.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado;

**14.7.** O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com esta Prefeitura, nos termos dos itens 14.1, 14.2.

## **15. DO CONTRATO E DA SUA EXECUÇÃO**

**15.1.** Convocada, a licitante vencedora terá o prazo de 05 (cinco) dias úteis para assinar o Contrato;

**15.1.1-** Se as LICITANTES vencedoras não comparecerem nos prazos estipulados no subitem 15.1, para assinar o contrato e apresentar o comprovante da prestação da garantia contratual, a SECOM poderá convocar as LICITANTES remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da LICITANTE que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.

**15.2.** À licitante vencedora que, convocada no prazo de validade de sua proposta a assinar o termo de Contrato, vir a desistir de assinar o mesmo, ser-lhe-ão atribuídas as penalidades previstas em Lei e neste Edital, respeitado o direito de recurso;

**15.3.** A futura Contratada deverá manter, durante toda a execução do Contrato, compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, respeitadas todas as condições de habilitação e qualificação aqui exigidas;

**15.4.** A futura Contratada fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos e supressões que se fizerem necessários, até os limites fixados em Lei;



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

**15.5.** O Contrato decorrente desta Licitação terá prazo de vigência de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, até o limite de 60 (sessenta) meses;

**15.6.** Todo serviço a ser prestado pela futura Contratada deverá ser precedido da apresentação do competente projeto de apropriação de custos o qual, aprovado pela Prefeitura, gerará a expedição de Ordem de Execução de Serviços;

**15.7.** O valor dos serviços será orçado pela futura Contratada em cada caso, em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, sob pena de responsabilidade, sua compatibilidade com os preços de mercado, e deverão ser submetidos à apreciação da Prefeitura, que decidirá quanto à sua aprovação;

**15.8.** Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de veiculação, cópias das faturas e duplicatas quitadas, emitidas pelos fornecedores;

**15.9.** Os serviços serão executados pela futura Contratada, com o fornecimento de toda mão de obra, material e equipamento necessários, sendo permitida a contratação de fornecedores de bens e serviços auxiliares, se necessários ao cumprimento do objeto licitado, e desde que previamente submetido à anuência da Contratante; nessa hipótese, a futura Contratada será responsável pela administração dos suprimentos de bens e serviços dos terceiros fornecedores e pela integral execução dos serviços que competirem a ela, Contratada, arcando integralmente com os encargos de qualquer natureza deste, decorrentes;

**15.10.** Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela Contratante poderão fornecer ao Contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato;

**15.10.1.** O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do acima previsto exigirá sempre a apresentação, pela futura Contratada à Contratante, de 3 (três) orçamentos, obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

**15.11.** Os custos e as despesas de veiculação apresentados à Contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível;

**15.11.1.** Pertencem à Contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

**15.12.** As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados;



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
**Comissão Especial de Licitação**

---

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

**15.13.** Todas as peças criadas, produzidas, e veiculadas, exibidas, distribuídas, divulgadas ou expostas, oriundas do Contrato e efetuadas em decorrência do mesmo, realizadas pela futura Contratada, serão de propriedade do Município, devendo ser entregues cópias das mesmas, mensalmente, à Secretaria Municipal da Comunicação Social, e os licitantes já deverão computar em seus preços propostos estes valores, uma vez que não poderão utilizar os mesmos, sem prévia autorização por escrito do Município, de acordo com as disposições deste Edital;

**15.13.1.** Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços ficarão sob a guarda da Contratada, mas disponíveis a qualquer tempo ao Município que poderá, a seu critério, requisitar novas cópias dos originais, para comprovação da prestação do serviço e arquivo próprio, vedada a transferência a agentes de qualquer espécie ou uso além das finalidades solicitadas em plano de campanha específica.

**15.14.** A futura agência contratada deverá, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas;

**15.15.** A agência de propaganda só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem da SECOM, se previamente os identificar e tiver sido pela mesma expressamente autorizada.

**15.16.** Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pelas licitantes vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência e, quando for o caso, a Proposta de Preços com elas negociadas.

**15.17..** As licitantes, caso sejam vencedoras do certame, deverão manter e operacionalizar um Núcleo de Mídia, de forma a atender às necessidades do CONTRATANTE, observado o constante no **Anexo VII** do Edital.

**15.18.** O contrato será realizado em moeda vigente no Brasil, bem como todos os pagamentos.

## **16. DA GARANTIA CONTRATUAL**

**16.1.** Por ocasião da assinatura do Contrato, a Contratada apresentará à SECOM garantia de execução contratual correspondente a 1% (um por cento) do valor total estimado a ser contratado;

**16.2.** A garantia contratual de que trata o item anterior poderá ser prestada em qualquer das modalidades previstas em Lei e adiante descritas, com validade do prazo contratual e, em havendo prorrogação contratual, deverá ser providenciada a renovação da mesma;

**16.3.** São modalidades de garantia:



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

**16.3.1.** Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública, devendo estes terem sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda;

**16.3.2.** Seguro garantia;

**16.3.3.** Fiança bancária.

**16.4.** A garantia responderá pelo inadimplemento das condições contratuais, pela não conclusão ou conclusão incompleta do serviço e pelas eventuais multas aplicadas, independentemente de outras cominações legais, quando for o caso;

**16.5.** A garantia prestada em dinheiro deverá ser depositada em (*poupança do Banco do Estado de Sergipe S/A – n° \_\_\_\_\_ / Agência \_\_\_\_\_*), vinculada ao Contrato, a fim de manter a sua atualização financeira;

**16.6.** Depois da aceitação definitiva do serviço contratado, expedido o correspondente Termo de Recebimento Definitivo pela Prefeitura, ao final da execução do Contrato, será devolvida a garantia, no prazo de 30 (trinta) dias consecutivos a partir da entrega de requerimento escrito da Contratada, dirigido ao Gestor do Contrato.

**16.6.1.** Havendo prorrogação contratual, será prestado nova garantia, nos mesmos termos da contratação inicial.

**16.7-** Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:

- a) Seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de trinta dias;
- b) A apólice deverá indicar a SECOM como beneficiário;
- c) Não será aceita apólice que contenha cláusula contrária aos interesses do MUNICÍPIO.

**16.8-** Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:

- a) Prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de trinta dias;
- b) Expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento ao MUCICÍPIO, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
- c) Renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro;
- d) Cláusula que assegure a atualização do valor afiançado, de acordo como previsto neste Edital.

**16.9-** Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
**Comissão Especial de Licitação**

---

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

**16.10-** A garantia prestada pela contratada será liberada ou restituída após o término da vigência do contrato, no prazo de 30 (trinta) dias úteis, contados da respectiva solicitação, mediante certificação pelo Fiscal do contrato de que os serviços foram realizados a contento.

**16.11-** Se o valor da garantia for utilizado em pagamento de quaisquer obrigações, inclusive indenização a terceiros, as CONTRATADAS se obrigam a fazer a respectiva reposição, no prazo máximo e improrrogável de 05 (cinco) dias úteis, a contar da data em que for notificada pela SECOM.

**16.12-** Se houver acréscimo ao valor do contrato, a contratada se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 20 (vinte) dias, a contar da data que for notificada pela SECOM.

### **17. DA CLASSIFICAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

**17.1.** Para atender as despesas decorrentes do Contrato oriundo desta licitação, serão utilizadas as seguintes dotações orçamentárias:

Unidade orçamentária: 20101  
Projeto Atividade: 0413100122125  
Elemento de despesa: 339039  
Fonte de recurso :00  
Valor estimado: R\$12.000.000,00

**17.2.** As despesas a serem efetuadas no próximo exercício correrão por conta do respectivo orçamento, dentro da mesma programação financeira;

**17.3.** Serão discriminadas, em categorias de programação específicas, no projeto e na lei orçamentária anual, as dotações orçamentárias destinadas às despesas com publicidade institucional e com publicidade de utilidade pública.

### **18. DO PAGAMENTO**

**18.1.** O pagamento será efetuado após a execução dos serviços e aceite definitivo do mesmo, no prazo de até 30 (trinta) dias da apresentação, no protocolo do órgão interessado, da seguinte documentação, hábil à quitação:

**18.1.1.** Nota fiscal dos serviços, devidamente aceitos e atestada pelo setor competente desta SECOM;



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

**18.1.2.** Certidão de Regularidade Fiscal com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal, INSS e FGTS, CNDT;

**18.2.** Os serviços de terceiros, pertinentes ao objeto desta licitação, serão pagos pela Contratada ao prestador, preenchidas as exigências legais e dispostas neste Edital, sendo esses de inteira responsabilidade da mesma;

**18.2.1-** Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível;

**18.3.** Os honorários sobre os custos comprovados dos serviços autorizados e executados por terceiros não deverão incidir sobre os impostos que forem adicionados aos preços desses serviços;

**18.4.** Não haverá reajuste de preços, nem compensação financeira, dos serviços prestados, face à peculiaridade da remuneração da Contratada, constituída em percentagem sobre os custos dos trabalhos aprovados pela SECOM;

**18.5.** Não haverá pagamento de tributos e outros encargos por parte da SECOM;

**18.6.** Não será efetuado qualquer pagamento à Contratada enquanto houver pendência de liquidação da obrigação financeira, em virtude de penalidade ou inadimplência contratual;

**18.7.** Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela Contratada, de prazo de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade;

**18.8.** O Município não pagará qualquer espécie de compromisso que lhe venha a ser cobrado, diretamente, por terceiros, sejam, ou não, instituições financeiras.

## **19. FISCALIZAÇÃO**

19.1. A SECOM nomeará Gestores 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 e terão poderes, entre outros, para notificar as contratadas, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Nona da minuta de contrato (Anexo V).

## **20. DAS PENALIDADES**

**20.1** O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pela SECOM, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e no contrato a ser firmado entre as partes, nos termos da Cláusula Décima Segunda da minuta de contrato Anexo V).



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

**20.2** Se a LICITANTE vencedora se recusar a assinar o contrato ou a constituir a garantia contratual, a SECOM lhe aplicará multa compensatória de 10 %(dez por cento), calculada sobre o valor total estimado da contratação, além de poder aplicar-lhe outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/1993.

**20.2.1** O disposto no subitem precedente não se aplica às LICITANTES convocadas na forma estabelecida neste Edital.

## **21. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

**21.1.** O Município se reserva o direito de:

**21.1.1.** Revogar esta Licitação, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta;

**21.1.2.** Anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, assegurados, em ambos os casos, o contraditório e a ampla defesa; ou

**21.1.3.** Adiá-la, por sua iniciativa, ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, para modificar este Edital, sem que isso represente, em todos os casos, motivo para que as empresas participantes pleiteiem qualquer tipo de indenização.

**21.2.** Quando da realização desta Concorrência, em havendo indícios de conluio entre as licitantes, ou de qualquer outro ato de má-fé, a Comissão de Licitação comunicará os fatos verificados à Procuradoria Geral do Município para as providências cabíveis junto ao Ministério Público e outros órgãos competentes e pertinentes à matéria;

**21.3.** As licitantes devem apresentar suas propostas levando em consideração o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e, em especial, ao contido na Lei nº 12.232/2010;

**21.4.** Ocorrendo a concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação, é facultativa a sua aceitação por parte da Contratada, e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência.

**21.4.1.** A equação econômico-financeira definida nesta licitação e no Contrato dela decorrente não se altera em razão da vigência ou não de planos de incentivo referidos no subitem acima, cujos frutos estão expressamente excluídos dela;

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

**21.4.3.** O desrespeito ao disposto no subitem anterior constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da agência contratada e a submeterá a processo administrativo em que, uma





ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

vez comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções legais previstas.

**21.5.** Para fins de interpretação da legislação de regência, valores correspondentes ao desconto-padrão de agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da agência de publicidade e, em consequência, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do desconto-padrão à agência de publicidade for efetivado por meio de veículo de divulgação;

**21.6.** Os serviços, objeto desta Concorrência, poderão ser contratados no todo ou em parte, sempre subordinado à existência de recursos;

**21.7.** A participação nesta Concorrência implica na aceitação, em todos os termos, do presente Edital;

**21.8.** A Contratada assume exclusiva responsabilidade pelo cumprimento de todas as obrigações decorrentes dos serviços objeto desta Licitação, sejam de natureza trabalhista, previdenciária, civil ou fiscal, inexistindo a solidariedade do Município, relativamente a esses encargos inclusive os que, eventualmente, advirem de prejuízos causados a terceiros;

**21.9.** Não havendo expediente no Município na data designada para o recebimento dos envelopes, os mesmos serão recebidos no primeiro dia útil subsequente, no mesmo local e hora;

**21.10.** Na contagem dos prazos estabelecidos nesta Concorrência, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o dia do vencimento, e considerar-se-ão os dias consecutivos, exceto quando explicitamente disposto em contrário, só se iniciando e vencendo os prazos em dia de expediente na Prefeitura;

**21.11.** Os casos omissos serão resolvidos pela Comissão de Licitação, tomando-se por base as disposições constantes da Lei nº 12.232/2010, de forma complementar, pela Lei nº 8.666/1993, Lei nº 4.680/1965, Decreto nº 57.690/1966, Decreto nº 4.563/2002, Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão), os preceitos do Direito Público e, supletivamente, os princípios da Teoria Geral dos Contratos e as disposições do Direito Privado.

Aracaju, xx de setembro de 2013.

XX

**Presidente da CEL**



## ANEXO I

Para efeito de avaliação a licitante deverá apresentar uma campanha simulada sobre o tema hipotético “*Conheça Aracaju; conheça a capital do nordeste*”, com verba de R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais) e duração de 30 (trinta) dias.

### *Briefing*

O turismo, em função da sua transversalidade, constitui-se um condutor importante na ampliação da consolidação da imagem da cidade de Aracaju, notadamente como um destino turístico moderno, com credibilidade, alegre, jovem, hospitaleiro, capaz de proporcionar lazer de qualidade, sediar megaeventos, gerar negócios e ser um mercado importante para o turismo de incentivo. Dentro desta perspectiva, a SECOM propõe uma tarefa aos licitantes que é elaborar, a partir dos elementos que caracterizam a cidade de Aracaju e que constituem suas potencialidades turísticas, em plano de comunicação que:

- a) Apresente uma estratégia de comunicação publicitária capaz de solucionar o problema geral e os problemas específicos de comunicação na área do turismo. Essa estratégia deve perceber que a ideia é transformar a capital num pólo turístico atrativo e constante, transmitindo a imagem de que trata-se de um destino turístico para todas as épocas do ano e para todos os públicos (turismo ecológico, esportivo, etc...);
- b) Apresente uma campanha publicitária completa para divulgar os conceitos dessa estratégia e as diversas potencialidades turísticas da capital, apresentando Aracaju como um destino que deve constar em qualquer roteiro turístico que pretenda explorar as belezas da Região Nordeste do País.
- c) Demonstrar, por intermédio de peças publicitárias representativas as possibilidades de resolver os problemas específicos de comunicação na área de promoção da cidade como um destino turístico atrativo em qualquer época do ano, inclusive pretendendo atingir a clientela turística internacional.

Essas ações tem foco em três segmentos de públicos conforme segue:

1. Imprensa (Formadores de Opinião): relacionamento pautado num programa de Assessoria de Imprensa e de Relações Públicas, cujo objetivo é gerar conteúdo e informações atualizadas sobre a oferta turística da cidade de Aracaju.
2. Operadores e Agentes de Viagens (Trade): o relacionamento com o trade turístico nacional e internacional tem como objetivo ampliar o conhecimento acerca dos destinos turísticos da Região Nordeste do Brasil, em especial a capital sergipana, estimulando a inserção nos seus portfólios e, dessa forma, aumentar a oferta de produtos nos canais de distribuição nos mercados prioritários.
3. Público Consumidor (Turista): a concorrência entre os principais destinos receptores de turistas nacionais e internacionais é cada vez mais agressiva, principalmente em relação àqueles que



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
**Comissão Especial de Licitação**

---

apresentam diferenciais competitivos singulares (valor que tem um recurso turístico pelo fato de ser único no Mundo, na América Latina, no Brasil, na Região ou Estado, ou seja, quanto mais singular, maior será o âmbito de atração do produto em relação aos turistas). Sobretudo considerando a mudança comportamental do turista na sua decisão de viagem, atualmente pautada no aspecto vivencial, muito mais que o contemplativo. A interlocução com esse público é, portanto, estratégica por meio de ferramentas e de canais de comunicação da mídia de massa e segmentada.

Estrategicamente, definiu-se os seguimentos a serem promovidos: Sol e Praia, Negócios, Cultura e os Grandes Eventos da capital sergipana. Importante ressaltar que a segmentação do turismo, tanto de oferta como de demanda, é adotada pelo mercado mundial, de forma a potencializar a capacidade dos destinos em captar turistas com interesses específicos. Além de concentrar as estratégias promocionais, otimizando esforços e aplicação de recursos em ações pontuais, a política de segmentação amplia as oportunidades de comercialização de roteiros e pacotes turísticos customizados, gerando mais negócios

Caberá às licitantes apresentar soluções de comunicação que reforcem os valores e argumentos que justifiquem aos turistas escolherem Aracaju como destino para sua viagem; mostrar aos turistas que Aracaju tem muito mais a oferecer, além dos eventos juninos e de um destino para descanso ou passagem para outros destinos.

As licitantes deverão considerar como pontos relevantes aos objetivos de comunicação a necessidade de informar ao turista sobre Aracaju, sua grande diversidade turística, por meio de suas potencialidades, e, por fim, conquista-lo para se tornar um turista fidelizado e que sempre quer retornar a nossa capital para desfrutar de uma experiência inesquecível de viagem.

## **1. SOBRE O PROJETO**

**1.1. Nome do Projeto:** “*Conheça Aracaju; conheça a capital do nordeste.*”

**1.2. Prazo para Entrega do Projeto:** 15 (quinze) dias.\*

**1.3. Verba para o Projeto:** R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais).

**1.4. Prazo de Duração do Projeto:** 30 (trinta) dias.

**Descrição do Projeto:** Campanha institucional visando atrair e incentivar o turismo no Município.

## **2. PÚBLICO**

Os públicos a serem focados serão os seguintes, em ordem de prioridade:

**I. Turista Potencial:** turistas que já incorporaram as viagens como hábito de consumo e tem interesse em visitar Aracaju, que não tem como motivador principal apenas uma breve passagem ou descanso.

**II. Segmento de Turismo de Incentivo:** É fundamental um trabalho de comunicação de forma a ampliar o conhecimento das empresas de marketing de incentivo sobre o destino turístico Aracaju, ou seja, ampliar o conhecimento dessas empresas sobre o destino turístico Aracaju potencializando



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

a inserção de nossa capital em seus portfólios de pacotes de incentivo.

**III. Operadores:** responsáveis diretos pelo processo de comercialização junto à cadeia de distribuição (agentes de viagens) será importante um trabalho para reforçar os principais diferenciais de nossa capital, notadamente em relação à diversificação de roteiros que visem as potencialidades da região Nordeste do país.

**3. PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES:**

O licitante poderá consultar fontes diversas que versem sobre as potencialidades turísticas da capital e que sirvam para subsidiar a campanha. Sugerimos alguns sites:

[www.aracajuconvention.com.br](http://www.aracajuconvention.com.br)

[www.abeoc.org.br](http://www.abeoc.org.br)

[www.turismosergipe.net](http://www.turismosergipe.net)

\*Esse prazo refere-se ao tempo disponível para a agência entregar a campanha pronta, caso venha a ser colocada em prática.



## TERMO REFERÊNCIA

### I - OBJETO

Contratação de Agência de Propaganda, especializada na prestação de serviços de publicidade, assim compreendidos o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a produção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir idéias ou informar o público em geral, observado o caráter educativo, informativo e de orientação social, nos termos do artigo 37, §1º da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, para os órgãos e entidades da Administração Pública Direta e Indireta do poder Executivo Municipal, a serem prestados por intermédio de até 02 (duas) agências de propaganda.

- Poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas; à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados; e à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.
- É vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.
- As pesquisas e avaliações, previstas no subitem 1.1 como atividades complementares, terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato, sendo vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

### II – PROCEDIMENTOS OPERACIONAIS

A agência de propaganda deverá efetuar, obrigatoriamente, efetuar os seguintes serviços:

- Estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de publicidade de quaisquer naturezas para o município;
- Veiculações institucionais, administrativas e de *marketing*, em caráter informativo, das atividades do Município;



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

- Convocações gerais e demais informativos, todos em mídias eletrônica, impressa e alternativa, quando necessário.

Os serviços a serem prestados deverão ser realizados da seguinte forma:

- A criação e realização das peças deverão ser efetuadas de acordo com as informações, orientações e determinações do Município;
- O resultado deverá ser previamente submetido à análise e aprovação do Município;
- A divulgação será realizada nas formas e meios previamente definidos, escolhidos e determinados pelo Município;
- A agência de propaganda só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem do município, se previamente os identificar e tiver sido pela mesma expressamente autorizada.

Obrigações da Contratada:

- Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade;
- Realizar - com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de terceiros - todos os serviços relacionados com o objeto do contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela Contratante;
- Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, à Contratante, descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens, cuja negociação deverá ter a presença obrigatória de membro da Administração Pública;
- Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, três propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução. Se não houver possibilidade de obter três propostas, a Contratada deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.
- Obter a aprovação prévia da Contratante, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.
- Submeter a subcontratação de terceiros somente para a execução de serviços objeto do Contrato, devidamente autorizados no Edital da Concorrência, à prévia e expressa anuência da Contratante, nos termos do art.14 da Lei Federal nº 12.232/2010. Nesses casos, a Contratada permanece com todas as suas responsabilidades contratuais perante a Contratante. A contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a Contratada, ou seus funcionários, tenham, direta ou indiretamente, participação societária, ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar à Contratante esse vínculo e obter sua aprovação.
- Entregar à Contratante, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, um relatório das despesas de



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação de seu estágio.

- Registrar em Relatórios de Atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre a Contratante e a Contratada, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades. Esses relatórios deverão ser enviados pela Contratada à Contratante até o prazo máximo de dois dias úteis após a realização do contato. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a contratante solicitará a necessária correção, no prazo máximo de dois dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.
- Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da Contratante, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da Contratada pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria Contratada ou por terceiros por ela contratada.
- Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome da Contratante, mediante sua prévia e expressa autorização.
- Prestar esclarecimentos à Contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a Contratada, independentemente de solicitação.
- Não manter, na vigência deste contrato, nenhum encargo de publicidade, promoção ou comunicação de empresa concorrente da Contratante.
- Submeter previamente à Contratante a eventual caução ou utilização deste Contrato em qualquer operação financeira.
- Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste.
- 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.
- Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.
- Assumir, com exclusividade, todos os impostos 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.



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
**Comissão Especial de Licitação**

---

- 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.
- Apresentar, quando solicitado pela Contratante, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a própria Contratante. Em casos de contratação de terceiros, nos estreitos limites de permissão do Edital da Concorrência que originou o Contrato, para a execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste instrumento, exigir dos eventuais contratados, no que couber, as mesmas condições do contrato.
- Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da Contratante. A infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata deste contrato e sujeitará a Contratada às penas legais e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.
- Responder perante a Contratante e terceiros 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.
- Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a Contratante.
- Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a Contratada adotará as providências necessárias no sentido de preservar a Contratante e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará a Contratante as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.
- 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.

### **III – PRAZO DE EXECUÇÃO**

O prazo de execução do serviço será de 12 (doze) meses, contados da data da assinatura do Contrato, podendo ser prorrogado até o limite de 60 (sessenta) meses, nos termos do art. 57, II da





ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

Lei nº 8.666/93.

**IV – PREÇOS**

Para a consecução do objeto, a SECOM estabelecerá como valor máximo a ser disponibilizado com a contratação a quantia de R\$ 12.000.000,00 (Doze milhões de reais), que será paga à proporção da realização dos serviços, sob o regime de empreitada por preço global e levando-se em consideração, quando da apresentação da Nota Fiscal dos serviços, os descontos ofertados.



**ANEXO II**

**PROCURAÇÃO (Modelo)**

**OUTORGANTE:** {Qualificação da empresa e do representante legal que assinará a procuração em seu nome (nome, endereço/razão social, etc.).}

**OUTORGADO:** (Representante devidamente qualificado).

**OBJETO:** Representar a Outorgante na Concorrência nº \_\_\_\_/2013 – Município de \_\_\_\_\_.

**PODERES:** Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentação de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2013.

\_\_\_\_\_  
**NOME/CARGO**



**ANEXO III**

**DECLARAÇÃO DE EMPREGADOS MENORES (Modelo)**

Ref.: Concorrência nº \_\_\_\_/2013 – Município de \_\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_, inscrito no CNPJ nº \_\_\_\_\_, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr.(a) \_\_\_\_\_, portador da Carteira de Identidade nº \_\_\_\_\_ e do CPF nº \_\_\_\_\_, **DECLARA**, para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, acrescido pela Lei nº 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

Ressalva: emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz ( ).

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2013.

\_\_\_\_\_  
(representante legal)

**(Observação:** em caso afirmativo, assinalar a ressalva acima)



**ANEXO IV**

**PLANILHA DE COTAÇÃO (Modelo)**

AO MUNICÍPIO DE \_\_\_\_\_

REF: CONCORRÊNCIA nº \_\_/2013

Vimos apresentar nossa proposta para prestação de serviços de publicidade para o Município de \_\_\_\_\_, objeto da Concorrência nº \_\_\_\_/2013, declarando estarmos de acordo com os termos do instrumento convocatório e das normas nele citadas.

**1. Objeto:**

**1.1.** É objeto da licitação a contratação de Agência de Propaganda, especializada na prestação de serviços de publicidade, assim compreendidos o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir idéias ou informar o público em geral, observado o caráter educativo, informativo e de orientação social, nos termos do artigo 37, §1º da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, para os órgãos e entidades da Administração Pública Direta e Indireta do poder Executivo Municipal, a serem prestados por intermédio de até 02 (duas) agências de propaganda.

**1.2.** Poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas; à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados; e à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

**2. Preço:**

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

**2.1.** desconto a ser concedido à ENTIDADE, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Sergipe: \_\_\_\_ % (\_\_\_\_\_ por cento);

**2.2.** honorários, a serem cobrados da ENTIDADE, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não nos proporcione o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros: \_\_\_\_ %



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

(\_\_\_\_\_ por cento);

**2.3.** honorários, a serem cobrados da ENTIDADE, incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros, referentes a elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual: \_\_\_\_ % (\_\_\_\_\_ por cento).

**2.4.** honorários, a serem cobrados na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao cachê original a ser pago pela CONTRATANTE, a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz: \_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_ por cento).

**2.5.** honorários, a serem cobrados na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras: \_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_ por cento).

### **3. Demais Declarações:**

**3.1.** Declaramos que nos comprometemos a repassar à Prefeitura todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços.

**3.2.** Declaramos que os preços cotados incluem todos os tributos e despesas com materiais e mão-de-obra, seja qual for a sua natureza, incluindo fretes, seguros, encargos sociais, trabalhistas e fiscais, ISS, despesas de viagem, locomoção, permanência, alimentação e quaisquer outras, segundo a legislação em vigor, representando a compensação integral pela prestação dos serviços e que, se vier a ser contratada, esta empresa se responsabilizará integralmente pelos encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários e comerciais incidentes sobre o contrato.

**4. Prazo de validade da proposta:** 60 (sessenta) dias consecutivos, contados da data da entrega dos envelopes à Comissão Permanente de Licitação.

\_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2013.

\_\_\_\_\_  
(representante legal)  
Denominação da empresa



## ANEXO V

### CONTRATO (Minuta)

*CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS QUE ENTRE SI CELEBRAM, DE UM LADO, O MUNICÍPIO DE ARACAJU, por intermédio da SECRETARIA DA COMUNICAÇÃO SOCIAL E, DO OUTRO, A EMPRESA \_\_\_\_\_, DECORRENTE DA CONCORRÊNCIA N° \_\_\_\_/2013.*

O MUNICÍPIO DE ARACAJU, por intermédio da SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO, inscrita no CNPJ sob o nº 13.128.780/0039-74, localizada à R. Frei Luiz Canelo de Noronha, 42, doravante denominada CONTRATANTE, neste ato representada pelo seu Secretário, o Sr. \_\_\_\_\_, e a Empresa \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ sob o nº \_\_\_\_\_, localizada à \_\_\_\_\_, doravante denominada CONTRATADA, neste ato representada pelo seu \_\_\_\_\_, o Sr. \_\_\_\_\_, têm justo e acordado entre si o presente Contrato de Prestação de Serviços, acordo com as disposições regulamentares contidas na Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, Decreto nº 57.690, de 01 de fevereiro de 1966, Decreto nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002, e nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão), mediante cláusulas e condições seguintes:

### CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1.1-O presente Contrato tem por objeto a contratação de Agência de Propaganda, especializada na prestação de serviços de publicidade, assim compreendidos o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, ao planejamento, a produção, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir idéias ou informar o público em geral,



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
**Comissão Especial de Licitação**

---

observado o caráter educativo, informativo e de orientação social, nos termos do artigo 37, §1º da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, de acordo com as especificações constantes do Edital de Concorrência nº \_\_\_\_/2013 e seus anexos, e propostas da Contratada, que passam a fazer parte integrante deste instrumento, de acordo com o art. 55, XI da Lei nº 8.666/93, independentemente de suas transcrições.

**1.1.1** - Poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas; à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados; e à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

**1.1.2**- É vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

**1.1.3** - As pesquisas e avaliações, previstas no §1º como atividades complementares, terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato, sendo vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

## **CLÁUSULA SEGUNDA – DO REGIME DE EXECUÇÃO**

2.1-A Prestação de Serviços dar-se-á na forma de execução indireta e sob o regime de empreitada por preço Global e será efetivada nas condições estabelecidas na Cláusula Quinta deste instrumento.

## **CLÁUSULA TERCEIRA - DO PREÇO, DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO E DA REMUNERAÇÃO**

**3.1**- As despesas com o presente Contrato, pelos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em R\$ 12.000.000,00 (Doze milhões de reais), não importando que o valor efetivamente utilizado seja inferior ao valor total estimado, ficando claro que somente serão executados e pagos aqueles serviços prévia e expressamente autorizados, por escrito.

**3.2**- O pagamento será efetuado após a execução dos serviços e aceite definitivo do mesmo, no prazo de até 30 (trinta) dias da apresentação, no protocolo do órgão interessado, da seguinte documentação, hábil à quitação:



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

**a** - Nota fiscal dos serviços, devidamente aceitos e atestados pelo setor competente desta Prefeitura;

**b** - Certidão de Regularidade Fiscal para com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal, INSS, FGTS e CNDT;

**c** - Demais documentos relativos à execução dos serviços, especialmente quanto a serviços de terceiros.

**3.3** - Para efeito de processamento dos pagamentos devido à Contratada, na forma do parágrafo anterior, a Contratante exigirá apresentação de documentação fiscal própria, emitida pela Contratada, acompanhada de cópias das faturas originais de terceiros em geral e respectivos comprovantes, como também dos demonstrativos de despesas (Resumo de Custo) e respectivos comprovantes referentes à produção, tabelas de preços e respectivos comprovantes referentes à veiculação, bem como deverão estar preenchidas todas as exigências legais;

**3.4** - Os serviços de terceiros, pertinentes ao objeto deste Contrato, serão pagos pela Contratada ao prestador, preenchidas as exigências legais, em especial as previstas no art. 14 da Lei nº 12.232/2010, e dispostas no Edital da licitação, sendo esses de inteira responsabilidade da mesma;

**3.5** - A Contratante não pagará qualquer espécie de compromisso que lhe venha a ser cobrado, diretamente, por terceiros, sejam, ou não, instituições financeiras;

**3.6**- Pelos serviços efetivamente prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:  
a) Honorários de ..... % (..... por cento) referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, de que trata o edital, incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por terceiros, com a efetiva intermediação da CONTRATADA.

**a.1)**Esses honorários serão calculados sobre o preço líquido, assim entendido o preço efetivamente faturado, dele excluído o valor dos impostos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

b) Honorários de ..... % (..... por cento) incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços realizados por terceiros, com a efetiva intermediação da CONTRATADA, referentes a elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual.

**b.1)**Esses honorários serão calculados sobre o preço líquido, assim entendido o preço efetivamente faturado, dele excluído o valor dos impostos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

c) .....(..... por cento) dos valores previstos na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Sergipe, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria CONTRATADA.





ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

**c.1).** Os leiautes reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

**c.2).** A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda de Sergipe e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

**d)** Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao cachê original a ser pago pela CONTRATANTE, a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será de ..... % ( .....por cento).

**e)** Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras, será de ..... % (..... por cento).

**3.7 -** Não haverá reajuste de preços, nem compensação financeira, dos serviços prestados, face à peculiaridade da remuneração da Contratada, constituída em percentagem sobre os custos dos trabalhos aprovados pela Prefeitura;

**3.8-** Não haverá pagamento de tributos e outros encargos por parte do Município;

**3.9 -** Havendo atraso de pagamento, a parcela atrasada será atualizada segundo a variação do IPCA, desde a data final do período de adimplemento, até a data do efetivo pagamento. Para o efeito deste item, não serão computados os atrasos atribuíveis à Contratada e os decorrentes da não aprovação dos documentos de quitação ou, ainda, da não aceitação do serviço;

**3.10-** Nenhum pagamento será efetuado à Contratada enquanto houver pendência de liquidação de obrigação financeira, em virtude de penalidade ou inadimplência contratual;

**3.11-** Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela Contratada, de prazo de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade;

**3.12 -** Nos preços estão incluídos todas as despesas que, direta ou indiretamente, decorram da execução deste Contrato, inclusive custos com pessoal, encargos sociais, trabalhistas e previdenciários, administração, tributos, emolumentos e contribuições de qualquer natureza;

**3.13 -** As formas de remuneração aqui estabelecidas poderão ser renegociadas, no interesse da Contratante, quando da renovação ou prorrogação deste Contrato.

#### **CLÁUSULA QUARTA - DA VIGÊNCIA**

**4.1-** O presente Contrato terá vigência de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura, podendo vir a ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, até o limite de 60 (sessenta) meses, nos termos do art. 57, II da Lei nº 8.666/93.



## **CLÁUSULA QUINTA - DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS**

**5.1-A** Contratada deverá efetuar, obrigatoriamente, efetuar os seguintes serviços:

**I** - Estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de publicidade de quaisquer naturezas para o Município;

**II** - Veiculações institucionais, administrativas e de *marketing*, em caráter informativo, das atividades do Município;

**III** - Convocações gerais, e demais informativos, todos em mídias eletrônica, impressa e alternativa, quando necessário.

Os serviços a serem prestados deverão ser realizados da seguinte forma:

**I** - A criação e realização das peças deverão ser efetuadas de acordo com as informações, orientações e determinações do Município;

**II** - O resultado deverá ser previamente submetido à análise e aprovação do Município;

**III** - A divulgação será realizada nas formas e meios previamente definidos, escolhidos e determinados pelo Município;

**IV** - A agência de propaganda só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem do Município, se previamente os identificar e tiver sido pela mesma expressamente autorizada;

**5.2** - Os serviços serão executados pela Contratada, com o fornecimento de toda mão de obra, material e equipamento necessários, sendo permitida a contratação de fornecedores de bens e serviços auxiliares, se necessários ao cumprimento do objeto licitado, e desde que previamente submetido à anuência da Contratante; nessa hipótese, a Contratada será responsável pela administração dos suprimentos de bens e serviços dos terceiros fornecedores e pela integral execução dos serviços que competirem a ela, Contratada, arcando integralmente com os encargos de qualquer natureza deste, decorrentes;

**5.3** - Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela Contratante poderão fornecer à Contratada bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato;

**a** - O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do acima previsto exigirá sempre a apresentação, pela Contratada à Contratante, de 3 (três) orçamentos, obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

**5.4-** Os custos e as despesas de veiculação apresentados à Contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível;

**a** - Pertencem à Contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

**5.5-** As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados;

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

**5.6-** Todas as peças criadas, produzidas, e veiculadas, exibidas, distribuídas, divulgadas ou expostas, oriundas do Contrato e efetuadas em decorrência do mesmo, realizadas pela Contratada, serão de propriedade da Contratante, devendo ser entregues cópias das mesmas, mensalmente, à Secretaria Municipal da Comunicação Social, e a Contratada já deverá computar em seus preços estes valores, uma vez que não poderão utilizar os mesmos, sem prévia autorização por escrito da Contratada, de acordo com o tratamento dos Direitos Autorais estabelecidos em Lei;

**a** - Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços ficarão sob a guarda da Contratada, mas disponíveis a qualquer tempo à Contratante, que poderá, a seu critério, requisitar novas cópias dos originais, para comprovação da prestação do serviço e arquivo próprio, vedada a transferência a agentes de qualquer espécie ou uso além das finalidades solicitadas em plano de campanha específica;

**5.7-** - A Agência Contratada deverá, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas;

**5.8-** A Agência Contratada só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem da Contratante, se previamente os identificar e tiver sido pela mesma expressamente autorizada;

**5.9-** Ocorrendo a concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação, é facultativa a sua aceitação por parte da Contratada, e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência e não estão compreendidos na obrigação prevista no subitem



18.2.1 do edital;

**a** - A equação econômico-financeira definida nesta licitação e no Contrato dela decorrente não se altera em razão da vigência ou não de planos de incentivo referidos no subitem acima, cujos frutos estão expressamente excluídos dela;

**b** - A Contratada não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da Contratante, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados;

**c** - O desrespeito ao disposto no subitem anterior constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da agência Contratada e a submeterá a processo administrativo em que, uma vez comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções legais previstas;

**5.10-** Para fins de interpretação da legislação de regência, valores correspondentes ao desconto-padrão de agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da agência de publicidade e, em consequência, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do desconto-padrão à agência de publicidade for efetivado por meio de veículo de divulgação.

## **CLÁUSULA SEXTA – DA GARANTIA**

**6.1-**No ato do pagamento da 1ª fatura, a Contratada apresentará ao Município garantia de execução contratual correspondente a 1% (um por cento) do valor total estimado contratado.

**6.2-** - A garantia contratual de que trata esta Cláusula poderá ser prestada em qualquer das modalidades previstas em Lei e adiante descritas, com validade do prazo contratual e, em havendo prorrogação contratual, deverá ser providenciada a renovação da mesma.

**6.3-** - São modalidades de garantia:

**a** - Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública, devendo estes terem sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda;

**b** - Seguro garantia;

**c** - Fiança bancária.

**6.4--** A garantia responderá pelo inadimplemento das condições contratuais, pela não conclusão ou conclusão incompleta do serviço e pelas eventuais multas aplicadas, independentemente de outras cominações legais, quando for o caso;



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

**6.5--** A garantia prestada em dinheiro deverá ser depositada em (*poupança do Banco do Estado de Sergipe S/A – n° \_\_\_\_\_ / Agência \_\_\_\_\_*), vinculada ao Contrato, a fim de manter a sua atualização financeira;

**6.6-** Depois da aceitação definitiva do objeto contratado, expedido o correspondente Termo de Recebimento Definitivo pela Prefeitura, ao final da execução do Contrato, será devolvida a garantia, no prazo de 30 (trinta) dias consecutivos a partir da entrega de requerimento escrito da Contratada, dirigido ao Gestor do Contrato.

6.7-Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do IPCA

6.8- Se houver acréscimo ao valor deste contrato, as CONTRATADAS se obrigam a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 20 (vinte) dias, contados da data do recebimento da notificação do CONTRATANTE.

6.9- Na hipótese de prorrogação deste contrato, o CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pelas CONTRATADAS entre as modalidades previstas na Lei nº 8.666/93.

### **CLÁUSULA SÉTIMA - DOTACÃO ORÇAMENTÁRIA**

**7.1-**Para atender as despesas deste Contrato, serão utilizados os recursos provenientes de:

Unidade orçamentária: 20101  
Projeto Atividade: 0413100122125  
Elemento de despesa: 339039  
Fonte de recurso: 00  
Valor estimado: R\$12.000.000,00

### **CLÁUSULA OITAVA - DO DIREITO E RESPONSABILIDADE DAS PARTES**

**8.1-**A Contratada, durante a vigência deste Contrato, compromete-se a:

**I -** Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade;

**II -** Realizar - com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de terceiros - todos os serviços relacionados com o objeto do contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela Contratante;

**III -** Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, à Contratante, descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens, cuja

negociação deverá ter a presença obrigatória de membro da Administração Pública;

**IV** - Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, três propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução. Se não houver possibilidade de obter três propostas, a Contratada deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

**V** - Obter a aprovação prévia da Contratante, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

**VI** - Submeter a subcontratação de terceiros somente para a execução de serviços objeto do Contrato, devidamente autorizados no Edital da Concorrência, à prévia e expressa anuência da Contratante. Nesses casos, a Contratada permanece com todas as suas responsabilidades contratuais perante a Contratante. A contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a Contratada, ou seus funcionários, tenham, direta ou indiretamente, participação societária, ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar à Contratante esse vínculo e obter sua aprovação.

**VII** - Entregar à Contratante, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, um relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação de seu estágio.

**VIII** - Registrar em Relatórios de Atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre a Contratante e a Contratada, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades. Esses relatórios deverão ser enviados pela Contratada à Contratante até o prazo máximo de dois dias úteis após a realização do contato. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a contratante solicitará a necessária correção, no prazo máximo de dois dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

**IX** - Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da Contratante, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da Contratada pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria Contratada ou por terceiros por ela contratada.

**X** - Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome da Contratante, mediante sua prévia e expressa autorização.

**XI** - Prestar esclarecimentos à Contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a Contratada, independentemente de solicitação.

**XII** - Não manter, na vigência deste contrato, nenhum encargo de publicidade, promoção ou comunicação de empresa concorrente da Contratante.

**XIII** - Submeter previamente à Contratante a eventual caução ou utilização deste Contrato em qualquer operação financeira.



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

**XIV** - Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste.

**XV** - 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.

**XVI** - Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.

**XVII** - Assumir, com exclusividade, todos os impostos 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.

**XVIII** - 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.

**XIX** - Apresentar, quando solicitado pela Contratante, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

**XX** - Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a própria Contratante. Em casos de contratação de terceiros, nos estreitos limites de permissão do Edital da Concorrência que originou o Contrato, para a execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste instrumento, exigir dos eventuais contratados, no que couber, as mesmas condições do contrato.

**XXI** - Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da Contratante. A infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata deste contrato e sujeitará a Contratada às penas legais e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

**XXII** - Responder perante a Contratante e terceiros 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.

**XXIII** - Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a Contratante.

**XXIV** - Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
**Comissão Especial de Licitação**

---

venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a Contratada adotará as providências necessárias no sentido de preservar a Contratante e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará a Contratante as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

**XXV** - 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.

**XXVI** – Manter o Núcleo de Mídia conforme disposições do Anexo VII.

**8.2-A** Contratante, durante a vigência deste Contrato, compromete-se a:

**I** - Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a Contratada.

**II** - 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 vinte quatro horas úteis.

**III** - Fornecer e colocar à disposição da Contratada todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

**IV** - Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

**V** - Notificar, formal e tempestivamente, a Contratada sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato.

**VI** - Notificar a Contratada, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

**VII** - Suspender o pagamento da Contratada quando identificado atraso superior a 10 (dez) dias no pagamento/repasso a terceiros, de valores desembolsados pela Contratante. A Contratante notificará a Contratada, por escrito, quando desta suspensão de pagamentos. A Contratante retomará a normalidade nos pagamentos apenas quando da comprovação da regularização da situação da Contratada com relação a terceiros.

## **CLÁUSULA NONA- DO ACOMPANHAMENTO, DA FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO**

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

**9.2** - A fiscalização dos serviços será exercida pela Contratante, através de comissão constituída





ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
**Comissão Especial de Licitação**

---

exclusivamente para tal fim, que terá poderes, entre outros, para notificar a Contratada sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução deste contrato.

**9.3** - A fiscalização pela Contratante em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da Contratada pela perfeita execução dos serviços.

**9.4**- A Contratada somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da Contratante.

**9.5**- A não-aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da Contratante.

**9.6**- A Contratada adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, as suas expensas e nos prazos estipulados pela fiscalização.

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

**9.8** - A ausência de comunicação por parte da Contratante, referente a irregularidade ou falhas, não exime a Contratada das responsabilidades determinadas neste contrato.

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

**9.10**- A Contratada se obriga a permitir que a auditoria interna da Contratante e/ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à Contratante.

**9.11** - À Contratante é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela Contratada.

**9.12** - A Contratante realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela Contratada, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços por ela praticada. A avaliação semestral será considerada pela Contratante para aquilatar a necessidade de solicitar à Contratada que melhore a qualidade dos serviços prestados; para decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente contrato; para fornecer, quando solicitado pela Contratada, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações.

## **CLÁUSULA DÉCIMA - DAS ALTERAÇÕES**



**10.1-** Este instrumento poderá ser alterado na ocorrência de quaisquer fatos estipulados no artigo 65 da Lei nº 8.666/93, desde que devidamente comprovados.

**10.2-** A Contratada fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos e supressões que se fizerem necessários, até o limite legal previsto no art. 65, §1º da Lei nº 8.666/93, calculado sobre o valor inicial atualizado do contrato.

**10.3 -** Nenhum acréscimo ou supressão poderá exceder o limite estabelecido nesta condição, salvo as supressões resultantes de acordo celebrados entre as partes, de acordo com o art. 65, §2º, II da lei nº 8.666/93.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DO RECEBIMENTO DO OBJETO**

**11.1-** O objeto deste Contrato será recebido de acordo com o disposto art. 73, I, *a e b* da Lei nº 8.666/93.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA- DAS PENALIDADES E MULTAS**

12.1- O descumprimento das obrigações assumidas pelas CONTRATADAS, sem justificativa aceita pelo CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

I - Advertência;

II - Multa de mora e multa por inexecução contratual;

III - Suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a ADMINISTRAÇÃO por prazo de até 02 (dois) anos;

IV - Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

12.1.1 Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado às CONTRATADAS o contraditório e a ampla defesa.

12.1.2 As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

12.1.3 As sanções aplicadas serão obrigatoriamente registradas no Cadastro de Fornecedores Suspensos.



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

12.2 A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I - A multa de mora será aplicada pelo Ordenador de Despesas;

II - A advertência e as demais multas serão aplicadas pelo Ordenador de Despesas;

III - Caberá ao Ordenador de Despesas aplicar a suspensão temporária e propor a declaração de inidoneidade;

IV - A aplicação da declaração de inidoneidade compete privativamente ao Secretário Municipal da Comunicação Social.

12.3- A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

I - Descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

II - Outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo do CONTRATANTE, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

12.4- A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.

12.4.1 O atraso sujeitará as CONTRATADAS à multa de 2 % (dois por cento) por dia de atraso, a contar do primeiro dia útil da data fixada para a entrega do serviço, até o limite de 10 (dez) dias corridos, calculada sobre o valor da fatura correspondente à obrigação não cumprida.

12.5 A multa por inexecução contratual poderá ser aplicada no percentual de 2 % (dois por cento), nas seguintes situações:

I - Pela inexecução parcial ou execução insatisfatória deste contrato, calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao período da prestação de serviços em que tenha ocorrida a falta;

II - Pela inexecução total deste contrato, calculada sobre seu valor atualizado;

III - Pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização do CONTRATANTE, calculada sobre o valor atualizado deste contrato.

12.6 A suspensão do direito de licitar e contratar com a ADMINISTRAÇÃO poderá ser aplicada às CONTRATADAS se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

I - Por 12 (doze) meses:

a) Atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para o CONTRATANTE;

b) Execução insatisfatória do objeto deste contrato, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma dos subitens 12.3, 12.4 e 12.5 deste contrato;



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

II - Por 02 (dois) anos:

- a) Não conclusão dos serviços contratados;
- b) Prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da Ordem de Serviço, depois da solicitação de correção efetuada pelo CONTRATANTE;
- c) Cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo ao CONTRATANTE, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;
- d) Condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;
- e) Apresentação, ao CONTRATANTE, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;
- f) Demonstração, a qualquer tempo, de não possuir idoneidade para licitar ou contratar com o CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;
- g) Ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 8.666/1993, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento do CONTRATANTE após a assinatura deste contrato;
- h) Reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso do CONTRATANTE.

12.7 A declaração de inidoneidade será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo do CONTRATANTE, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo ao CONTRATANTE ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções;

12.7.1 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada à CONTRATADA se, entre outros casos:

I - Sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;

II - Praticar atos ilícitos visando frustrar os objetivos da licitação;

III - Demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com o CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

IV - Reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio do CONTRATANTE.

12.7.2 A declaração de inidoneidade implica proibição da CONTRATADA de transacionar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que as CONTRATADAS ressarcirem o CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

12.8 Da aplicação das sanções de advertência, multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com a ADMINISTRAÇÃO caberá recurso, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contado do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

12.8.1 O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade superior, conforme especificado a seguir:

- a) Multa de mora: ao Ordenador de Despesas, por intermédio do Diretor de Administração e Finanças;
- b) Advertência e demais multas: ao Ordenador de Despesas, por intermédio do Diretor de Administração e Finanças;
- c) Suspensão do direito de licitar ou contratar com o contratante: ao Ordenador de Despesas, por intermédio do Diretor de Administração e Finanças.

12.8.2 Ao receber o recurso, a autoridade que aplicou a sanção poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, ou remetê-lo, devidamente informado, à autoridade superior, que deverá decidir no prazo de outros 05 (cinco) dias úteis.

12.9 As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda as CONTRATADAS por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil Brasileiro.

12.10 A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 8.666/93, incluída a responsabilização das CONTRATADAS por eventuais perdas e danos causados ao CONTRATANTE.

12.11 O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente das CONTRATADAS.

12.11.1 O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pelo CONTRATANTE.



### **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA- DA RESCISÃO**

**13.1-**A inexecução, total ou parcial, do Contrato, além das penalidades constantes da Cláusula anterior, ensejará a sua rescisão por ato unilateral e escrito da Contratante, nos casos enumerados nos incisos I a XII e XVIII do art. 78 da Lei nº 8.666/93, na forma do art. 79 da mesma Lei.

**Parágrafo único** - Quando a rescisão ocorrer, com base nos incisos XIII a XVII do art. 78 da Lei supracitada, sem que tenha havido culpa da Contratada, será esta ressarcida dos prejuízos, regularmente comprovados, que houver sofrido, conforme preceitua o § 2º do art. 79 do mesmo diploma legal.

### **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DOS DIREITOS DO CONTRATANTE NO CASO DE RESCISÃO**

**14.1-** Na hipótese de rescisão administrativa do presente Contrato, a Contratada reconhece, de logo, o direito da Contratante de adotar, no que couberem, as medidas previstas no artigo 80 da Lei nº 8.666/93.

### **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DA LEGISLAÇÃO APLICÁVEL À EXECUÇÃO DO CONTRATO E OS CASOS OMISSOS**

**15.1-**O presente Contrato fundamenta-se:

**I** - nos termos da Concorrência nº 01/2013 que, simultaneamente:

- a - constam do Processo Administrativo que a originou;
- b - não contrariem o interesse público;

**II** - nas demais determinações das Leis nºs 12.232/10 e 8.666/93;

**III** - nos preceitos do Direito Público;

**IV** - supletivamente, nos princípios da Teoria Geral dos Contratos e nas disposições do Direito Privado.

**Parágrafo Único** - Os casos omissos e quaisquer ajustes que se fizerem necessários, em decorrência deste Contrato, serão acordados entre as partes, lavrando-se, na ocasião, Termo Aditivo.

### **CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DO FORO**



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

**16.1**-As partes contratantes elegem o Foro da Cidade de Aracaju, Estado de Sergipe, como único competente para dirimir as questões que porventura surgirem na execução do presente Contrato, com renúncia expressa por qualquer outro.

E, por estarem assim, justas e Contratadas, as partes assinam este instrumento, na presença de 02 (duas) testemunhas, a fim de que produza seus efeitos legais.

Aracaju, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2013.

CONTRATANTE

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

I - \_\_\_\_\_

II - \_\_\_\_\_



## ANEXO VI– SELEÇÃO INTERNA DAS AGÊNCIAS

### Procedimento de Seleção das Agências de Publicidade e Propaganda contratadas

Em atendimento ao art. 1º parágrafo 4º Lei 12.232, de 29/04/2010, fica instituído Procedimento de Seleção Interna de Publicidade e Propaganda CONTRATADAS para a execução das ações de comunicação publicitária dos órgãos e entidade da administração direta do Poder Executivo Municipal.

- 1) Será realizado procedimento de seleção interna para escolha de agência responsável pelo desenvolvimento de ações de comunicação na ocorrência de:
  - a) Campanhas publicitárias com investimento a partir de R\$800.000,00 (oitocentos mil reais) salvo as hipóteses:
    - Ação decorra de iniciativa de uma das agências de publicidade.
    - Em caso de uma das agências de publicidade ter atingido o limite de faturamento previsto em contrato.
  - b) Ações de comunicação com investimento inferior a R\$800.000,00 (oitocentos mil reais) nos casos em que a Diretoria de Marketing julgar necessário.
- 2) As agências serão convocadas para participar da seleção interna por meio de convite formal.
- 3) Será elaborado briefing pela Diretoria de Marketing da SECOM, que conterà todos os subsídios para que as agências possam elaborar proposta de solução para a necessidade de comunicação.
- 4) O briefing será repassado as agências e a data de entrega das campanhas será estipulado de acordo com a agenda dos envolvidos na ação.
- 5) O prazo, a ordem e a forma de apresentação das propostas serão acordados no dia da passagem de briefing e registrados no relatório/ata da reunião.
- 6) As agências deverão entregar na data estipulada o material apresentado, com descrito da campanha e as peças apresentadas.
- 7) O prazo de avaliação será informado a cada seleção, de acordo com a necessidade de comunicação da SECOM.
- 8) A comissão julgadora poderá sugerir que as propostas apresentadas pelas agências sejam integradas ou compartilhadas para aperfeiçoar a ação de comunicação publicitária ou





ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
Comissão Especial de Licitação

---

- 9) viabilizar a sua execução, cabendo a decisão e a definição de forma de participar das Agências a SECOM.
- 10) A metodologia de avaliação das campanhas por quesitos que receberão notas de 0 ( zero) a 10 (dez),conforme os pesos a seguir.
- a) Raciocínio Básico – o grau de entendimento e compreensão do briefing (peso 1).
  - b) Estratégia de Comunicação – a adequação do tema e conceito propostos; a consistência da defesa do tema e conceito propostos; a riqueza de desdobramentos que o tema e conceito possibilitam; a adequação da estratégia de comunicação; a consistência da defesa da estratégia de comunicação; a adequação da estratégia de comunicação com a verba disponível, de acordo com cada ação, na forma de campanha específica de comunicação publicitária (peso2).
  - c) Idéia Criativa – a adequação da proposta ao briefing; a interpretação favorável a conceito de campanha; a adequação da proposta aos públicos-alvos; a originalidade e simplicidade da forma e dos elementos; a pertinência às atividades do Município; os desdobramentos que permite; a exequibilidade das peças; a compatibilidade das peças aos meios propostos (peso4).
  - d) Estratégia de Mídia e não Mídia – O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos-alvo; a consistência do plano simulado; a pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos próprios de comunicação; a otimização dos recursos nos meios recomendados. A criatividade em mídia (peso3).
- 11) O resultado será informado por meio de correspondência eletrônica às Agências participantes.
- 12) Não caberá Às Agências participantes a apresentação de recurso da decisão.



## ANEXO VII

### NÚCLEO DE MÍDIA

O Núcleo de Mídia, entidade sem personalidade civil ou jurídica e sem fins lucrativos, será mantido pelas **duas agências** que atendem à conta publicitária da SECOM.

#### 1. Funções

- a) Assessorar a SECOM e as agências no que diz respeito ao atendimento, análise, pesquisa, planejamento, autorização e comprovação de veiculação da publicidade da SECOM;
- b) Consolidar mapas de mídia das agências e as autorizações de gastos do contrato e repassá-los a SECOM;
- c) Dispor e manter atualizado um banco de dados relativo aos usos dos recursos, investimentos e áreas;
- d) Disponibilizar informações necessárias para a negociação com veículos, ou, se assim a SECOM determinar, negociar diretamente, repassando todas as condições negociadas;
- e) Controlar os espaços adquiridos dos veículos e apresentar relatório mensal aa SECOM, com acompanhamento dos espaços e das inserções utilizadas e a serem utilizadas;
- f) Apresentar, trimestralmente, mapa referente ao saldo dos espaços disponíveis com o “de acordo” de cada veículo;
- g) Acompanhar o checking das veiculações autorizadas pela SECOM, realizado pelas agências;

#### 2. Normas de Funcionamento

- 2.1 O Núcleo de Mídia funcionará sob as orientações da SECOM, em consonância com as rotinas e práticas acordadas com as agências;
- 2.2 O Núcleo de Mídia deverá funcionar durante todo o período da vigência dos contratos assinados entre a SECOM e as **duas agências** contratadas;
- 2.3 O Núcleo de Mídia não poderá deflagrar nenhum ato ou ação sem a prévia autorização da SECOM;



ESTADO DE SERGIPE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU  
Secretaria Municipal da Comunicação Social  
**Comissão Especial de Licitação**

---

- 2.4 As autorizações efetuadas serão registradas em relatório específico para a SECOM, com cópia para cada uma das agências;
- 2.5 A Programação de mídia e qualquer comprometimento de despesas em nome da SECOM serão previamente submetidos à SECOM para sua aprovação;
- 2.6 O desempenho do Núcleo de Mídia será permanentemente avaliado pela SECOM. No caso de eventual desvio em suas atribuições, as correções serão feitas em comum acordo com as agências.

### **3. Organização Administrativa**

- 3.1 O Núcleo de Mídia deverá ter infra-estrutura operacional adequada e funcionários qualificados, contratados e mantidos pelas **duas agências**, com prévia autorização da SECOM;
- 3.2 Os encargos decorrentes da montagem e do funcionamento do Núcleo de Mídia serão assumidos pelas **duas agências** vencedoras da licitação, não cabendo qualquer repasse a SECOM;
- 3.3 O Núcleo de Mídia será coordenado por funcionário qualificado, com comprovada experiência de mercado, designado exclusivamente para esse fim. O Núcleo de Mídia contará com o seguinte quadro de profissionais:
  - a) um gerente
  - b) um coordenador
  - c) dois assessores
  - d) uma secretária
- 3.4 Os recursos humanos e materiais necessários ao funcionamento do Núcleo de Mídia serão discutidos por ocasião da assinatura dos contratos, em comum acordo com a SECOM e as **duas agências** contratadas, de acordo com as disponibilidades financeiras.