



**EDITAL**  
**CONCORRÊNCIA PÚBLICA N. 003/2017**

| <b>ITEM</b> | <b>ASSUNTO</b>                                  |
|-------------|---|
| 1           | PREÂMBULO                                       |
| 2           | TIPO E REGIME DE LICITAÇÃO                      |
| 3           | OBJETO  |
| 4           | VALOR E FONTE DOS RECURSOS                      |
| 5           | CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO          |
| 6           | DOS ESCLARECIMENTOS E IMPUGNAÇÕES               |
| 7           | FORMA DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS    |
| 8           | FORMA DE APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA COMERCIAL     |
| 9           | FORMA DE ELABORAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS      |
| 10          | ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA                 |
| 11          | FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA |
| 12          | CAPACIDADE DE ATENDIMENTO                       |
| 13          | REPERTÓRIO                                      |
| 14          | RELATOS DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO             |
| 15          | JULGAMENTO DAS PROPOSTAS                        |
| 16          | DA PROPOSTA COMERCIAL                           |
| 17          | DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO                   |
| 18          | DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA                         |
| 19          | DA QUALIFICAÇÃO ECONOMICO FINANCEIRA            |
| 20          | OUTROS DOCUMENTOS                               |
| 21          | DOS PROCEDIMENTOS – PRIMEIRA SESSÃO             |
| 22          | SEGUNDA SESSÃO                                  |
| 23          | TERCEIRA SESSÃO                                 |
| 24          | QUARTA SESSÃO                                   |
| 25          | DOS PRAZOS                                      |
| 26          | DAS GARANTIAS                                   |
| 27          | DO CONTRATO                                     |
| 28          | DO PAGAMENTO                                    |
| 29          | DA S OBRIGAÇÕES DAS CONTRATADAS                 |



- 30 DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE
- 31 DA ANULAÇÃO E REVOGAÇÃO
- 32 DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS
- 33 DA RESCISÃO
- 34 DA NOTIFICAÇÃO DOS RESULTADOS
- 35 DISPOSIÇÕES GERAIS
- 36 DO FORO

## 01. PREÂMBULO

**1.1. O MUNICÍPIO DE VÁRZEA GRANDE-MT**, pessoa jurídica de direito público interno, inscrito no CNPJ n. 03.507.548/0001-10, por meio da Comissão Especial de Licitação – CEL, designada pela Portaria nº 013/SECOM/2017 e Subcomissão Técnica Designada Pela Portaria 014/Secom/2017 comunica aos interessados que realizará na data, horário e local abaixo indicados, nos termos das Leis nacionais nº 12.232/2010, 4680/65 e subsidiariamente, Leis n. 8.666/93, Lei Complementar nº 123/06, Lei Municipal nº 3.515/2010 e demais legislações complementares (Decreto nº 7892/2013 e Decreto Municipal nº 09/2010), **CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 003/2017**, do tipo “**TÉCNICA E PREÇO**”, sob o **regime de execução indireta de empreitada por preço GLOBAL**, conforme as condições estabelecidas neste Edital e seus anexos.

### SESSÃO PÚBLICA

|                 |                                   |
|-----------------|-----------------------------------|
| <b>Data:</b>    | 23 de MAIO de 2017                |
| <b>Horário:</b> | 08h30min (horário de Mato Grosso) |

Observação: Neste dia e horário será iniciado o credenciamento com o recebimento das propostas técnicas e comercial.  
O recebimento dos envelopes opera a preclusão do direito de credenciamento e participação na licitação.



**Endereço:**

COORDENADORIA DE LICITAÇÃO - SALA DE LICITAÇÕES

Avenida Castelo Branco n. 2.500, Bairro Água Limpa, CEP n.78.125-725,  
Várzea Grande-MT.

e-mail: [secom.vg@gmail.com](mailto:secom.vg@gmail.com)

página institucional: [www.varzeagrande.mt.gov.br](http://www.varzeagrande.mt.gov.br) – link: “Licitações”

Telefone n.: (65) 3688-8011

Telefone-fax: (65) 3688-8237

Dia e horário de funcionamento: de segunda à sexta-feira, das 08h00min as  
12h00min e das 14h00min às 18h00min. Grande/MT

O Termo de Referência, Briefing e procedimento de seleção interna foram  
devidamente formalizados pela Secretaria Municipal de Comunicação.

O edital e seus anexos encontram-se à disposição dos interessados para  
consulta e/ou aquisição, no setor de Licitação da Prefeitura Municipal de  
Várzea Grande e site oficial: [www.varzeagrande.mt.gov.br](http://www.varzeagrande.mt.gov.br) Em havendo o  
interesse na aquisição do Edital, trazer mídia para efetuar cópia do Edital.

**Observação:** As respostas às solicitações, dúvidas, esclarecimentos e  
questionamentos, relativas ao Edital e seus anexos, inclusive de natureza  
técnica, serão divulgadas pela CEL por meio de disponibilização na página  
institucional, cabendo as licitantes o acompanhamento permanente.

**02. TIPO E REGIME DE LICITAÇÃO:**

2.1. A presente **CONCORRÊNCIA PÚBLICA** obedecerá ao **TIPO TÉCNICA E PREÇO**, sob o regime de **execução indireta de EMPREITADA POR PREÇO GLOBAL**, conforme dispõe o artigo 5º da Lei 12.232/2010 c/c art. 10, II, “a” c/c 22, I e 23, II, “c” e por fim, artigo 45, §1º, inciso III todos da Lei n. 8.666, de 21 de junho de 1993.

**03. DO OBJETO:**

3.1. CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE PROJETOS E CAMPANHAS COM O FIM ESPECÍFICO DE DIVULGAÇÃO DAS AÇÕES DA PREFEITURA MUNICIPAL DE VÁRZEA



GRANDE, CONFORME CONDIÇÕES E ESPECIFICAÇÕES CONSTANTES DESTE EDITAL, DO TERMO DE REFERÊNCIA E ANEXOS.

**3.2.** Compreendem os serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de informação ao público em geral.

**3.3.** Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) à produção e execução técnica das peças e projetos criados;
- b) ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;
- c) a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.

**3.4** As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 3.3 caput terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, o público-alvo, os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aderir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

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



**3.5.1** Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 3.5 o patrocínio de mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

**3.6** Para a prestação de serviços serão contratadas 03 (três) agências de propaganda, doravante denominadas AGÊNCIAS, que tenham suas atividades disciplinadas pela Lei 4.680/65 e que possuam certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º caput e §1º da Lei n. 12.232/2010.

**3.6.1** A(s) Agência(s) atuará (ão) de acordo com solicitação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, indistinta e independentemente de sua classificação nesta licitação e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços objeto desta licitação, salvo as exceções previstas no processo de seleção interna (anexo II).

**3.6.2** As agências atuarão por conta e ordem da Prefeitura Municipal de Várzea Grande na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares a que se refere o subitem 3.3. e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias, devendo ser previamente autorizada pela Secretaria de Comunicação a reserva e/ou compra de espaço publicitário, na forma do art. 4º, §2º da lei 12.232/2010.

**3.6.3.** As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto desta licitação.

**3.7.** A indicação da Agência que executará as solicitações se dará conforme Procedimento de Seleção Interna, anexo II do presente edital, nos termos do parágrafo 4º do art. 2º da Lei 12.232/2010.



**3.8. Constituem-se anexos ao presente edital:**

|            |   |
|------------|---|
| Anexo I    | Termo de Referência   |
| Anexo II   | Procedimento de Seleção interna   |
| Anexo III  | Briefing  |
| Anexo IV   | Modelo de Declaração do Benefício da Lei Complementar n.123/2006                |
| Anexo V    | Minuta do Contrato  |
| Anexo VI   | Modelo de Declaração de Fato Superveniente, suspensão temporária e inidoneidade |
| Anexo VII  | Modelo de Declaração  |
| Anexo VIII | Modelo de declaração que não emprega menor (art. 7º, XXXVIII da CF/88)          |
| Anexo IX   | Modelo de qualificação econômico-financeira                                     |
| Anexo X    | Modelo de carta proposta  |
| Anexo XI   | Tabela SINAPRO-MT   |
|            |   |

**04. DO VALOR E FONTE DOS RECURSOS:**

**4.1.** As despesas decorrentes da presente Licitação correrão a conta da seguinte dotação orçamentária.

**UNIDADE ORÇAMENTÁRIA: SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO**  
**DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA: 13.01.24.122.0002**  
**PROJETO/ATIVIDADE:.2055 SERVIÇOS DE PUBLICIDADES, PRODUÇÃO E CONSULTORIA**  
**NATUREZA DESPESA: 3.3.90.39.00.00.00.00**  
**FONTE: 999**

**UNIDADE ORÇAMENTÁRIA: SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO**  
**DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA: 13.01.24.122.0002**  
**PROJETO/ATIVIDADE:.2156 CAMPANHA DE PUBLICIDADES**  
**NATUREZA DESPESA: 3.3.90.39.00.00.00.00**  
**FONTE: 999**

**UNIDADE ORÇAMENTÁRIA: SECRETARIA DE SAÚDE**  
**PROJETO/ATIVIDADE: 2269**  
**ELEMENTO DE DESPESA: 3.3.90.39**  
**FONTE: 304/203/204/205**

**UNIDADE ORÇAMENTÁRIA: SECRETARIA DE EDUCAÇÃO**  
**PROJETO/ATIVIDADE: 1052/2168/2263/2144/2240/2239**  
**ELEMENTO DE DESPESA: 3.3.90.39**  
**FONTE: 304/203/204/205**

**4.2.** Os valores estimados pela **Secretaria de Comunicação Social** da Prefeitura de Várzea Grande para a execução dos serviços do objeto deste edital é de **R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais)**.



## 5. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO:

**5.1.** Poderão participar desta licitação as empresas que atenderem as condições deste Edital e seus anexos, apresentem propostas na data, prazo e local indicado no preâmbulo deste instrumento convocatório.

**5.2.** A empresa interessada em participar deverá enviar sua proposta ou encaminhá-la por meio de seu representante legalmente documentado para tanto.

**5.3.** Qualquer manifestação em relação à licitação no momento da abertura do certame fica condicionada à apresentação de documento de identificação e instrumento público ou particular de procuração, com firma reconhecida, e, ainda, cópia autenticada do contrato social.

**5.3.1** Em se tratando de dirigente, sócio, proprietário ou assemelhado da empresa, esta documentação que comprova a legitimidade do representante deverá ser apresentada fora dos invólucros na sessão de abertura.

**5.3.2.** A não apresentação ou incorreção do documento de que trata o subitem anterior não implicará na inabilitação da licitante, mas impedirá o representante de se manifestar e responder pela mesma.

**5.3.3.** Poderão estar presentes mais de um representante autorizado de cada licitante, porém, apenas um único representante poderá se manifestar durante a realização do certame, restando aos demais a condição de mero espectador.

**5.3.4.** Não será admitida a participação de um mesmo representante para mais de uma empresa licitante.

**5.4.** Em hipótese alguma serão concedidos prazos para apresentação de documentos que não forem entregues dentro dos invólucros n. 01, 02, 03, 04 e 05, exceto nos casos previstos no Artigo 48, §3º da Lei Federal 8.666/93.

**5.5.** As **MICROEMPRESAS** e **EMPRESAS DE PEQUENO PORTE**, por ocasião da participação neste certame licitatório, deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição, juntamente com a Declaração de



ser optante de **MICROEMPRESA** e **EMPRESAS DE PEQUENO PORTE**. **Este documento deverá ser inserido no envelope “Habilitação” sob pena de não ser concedido os benefícios da Lei complementar nº123/2006.**

**5.6.** As empresas que forem beneficiárias da Lei Complementar nº 123/2006 e estiverem com a documentação fiscal vencida, deverão requerer juntamente com a declaração, a entrega da documentação regular caso seja vencedora do certame.

**5.7.** Não poderá participar desta licitação a empresa que:

**5.7.1.** Esteja sob falência, concurso de credores, dissoluções, liquidações.

**5.7.2.** Empresa declarada inidônea perante a Administração Pública, nos âmbitos Federal, Estadual e Municipal;

**5.7.3.** Empresa declarada suspensa de licitar e contratar, ainda que temporariamente, no âmbito Municipal.

**5.7.4.** Empresa reunida em consórcio, controladas, coligadas ou subsidiárias entre si.

**5.7.5.** Empresa a qual seus Diretores, Responsáveis Técnicos ou Sócios figurem como funcionário, servidor ou ocupante de cargo comissionado na Prefeitura Municipal de Várzea Grande.

**5.8.** Nenhuma licitante poderá participar deste processo licitatório com mais de uma Proposta.

## **6. DOS ESCLARECIMENTOS E IMPUGNAÇÕES.**

**6.1.** Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade na aplicação da lei, devendo protocolar o pedido, junto a Comissão Especial de Licitação, até o quinto dia útil que anteceder a primeira sessão, onde ocorrerá o recebimento das Propostas Técnica e de Preço.

**6.2.** Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Administração, a licitante que não o fizer até o 2º (segundo) dia útil que anteceder a abertura do(s) invólucro(s) de habilitação e venha a apontar falhas ou irregularidades que o viciariam, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso.



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

**6.4.** Os licitantes deverão observar que não devem utilizar-se de termos que possibilitem sua identificação perante a Subcomissão técnica quando da formalização de pedidos de esclarecimento e impugnações

**6.5.** Em qualquer fase desta licitação, sendo elas habilitação e julgamento das propostas, caberá recurso no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da data da intimação do ato ou lavratura da ata, quando presentes todos os prepostos dos licitantes, ao ato em que foi adotada a decisão.

**6.6.** Os recursos serão dirigidos a Prefeita Municipal de Várzea Grande **por intermédio da Comissão Especial de Licitação**, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis ou, nesse mesmo prazo, encaminhá-los, devidamente informados, para apreciação e decisão da autoridade superior, devendo neste caso a decisão ser proferida dentro do prazo de 05 (cinco) dias úteis, contado do recebimento do processo, sob pena de responsabilidade.

**6.7.** Interposto o recurso será comunicado aos demais licitantes que poderão impugná-lo no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

**6.8.** Os recursos referentes aos atos de habilitação e julgamento das propostas terão efeito suspensivo, podendo a autoridade competente, motivadamente e presente razões de interesse público, atribuir ao recurso interposto contra demais atos formalizados no presente processo licitatório a mesma eficácia suspensiva.

**6.9.** Não será conhecido o recurso cuja petição tenha sido apresentada fora do prazo e/ou subscrita por procurador não habilitado legalmente no processo para responder pela empresa.

**6.10.** Na contagem dos prazos será excluído o dia do início e incluído o dia do vencimento.



**6.11.** Nenhum prazo de recurso, representação ou pedido de reconsideração se inicia ou corre sem que os autos do processo estejam com vista franqueada aos interessados.

## **07.FORMA DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS:**

**7.1.** As propostas técnicas serão apresentadas em invólucros de ns. 01, 02 e 03, que deverão possuir os conteúdos discriminados no item 7.2. e seguintes.

### **INVÓLUCRO N. 01 -**

#### **7. Plano de Comunicação Publicitária - Via não identificada**

**7.2.** No invólucro n. 01 deverá constar o Plano de Comunicação Publicitária

- Via não identificada de que tratam os itens 9.2 e seguintes do presente edital.

**7.2.1.** O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada será acondicionado em invólucro a ser fornecido pela Prefeitura Municipal de Várzea Grande, que os licitantes deverão solicitar formalmente à Comissão Especial de Licitações até 01 dia antes da data designada para a presente sessão.

**7.2.2.** O invólucro n. 01 deverá ser entregue na sessão de recebimento das propostas sem fechamento e sem rubrica, além de:

**7.2.2.1** não possuir nenhuma forma de identificação do elaborador;

**7.2.2.2.** não apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

**7.2.2.3.** não estar danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

**7.2.3.** A inobservância do previsto no item 7.2.2 e seus subitens leva a automática desclassificação da licitante.

### **INVÓLUCRO N. 02 -**

#### **Plano de Comunicação Publicitária - Via identificada**

**7.3.** Já o invólucro n. 02 deverá conter o Plano de Comunicação Publicitária



Via identificada, cujos requisitos estão previsto nos itens 9.2 e seguintes, a ser providenciado pelo licitante e ser adequado às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

**7.4.** O invólucro n. 02 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA E ENDEREÇO.**  
**ENVELOPE N. II- PLANO DE**  
**COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA**  
**EDITAL CONCORRÊNCIA PÚBLICA n. 003/2017**  
**DATA: 23/05/2017 às 08h30min**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE VÁRZEA GRANDE**

**7.4.1.** O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e/ou material da Idéia Criativa a que se refere o item 9.6, na forma do artigo 9º, §2 da lei 12.232/2010 e conter a identificação da licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

**INVÓLUCRO N. 03 –**  
**CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE**  
**SOLUÇÕES E PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**

**7.5.** No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os itens 12 a 14, a ser providenciado pelo licitante e ser adequado às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

**7.6.** O invólucro n. 03 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:



**RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA E ENDEREÇO.  
ENVELOPE N. III- CAPACIDADE DE ATENDIMENTO,  
REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES E PROBLEMAS DE  
COMUNICAÇÃO  
EDITAL CONCORRÊNCIA PÚBLICA n. 003/2017  
DATA: 23/05/2017 às 08h30min  
PREFEITURA MUNICIPAL DE VÁRZEA GRANDE**

7.7. O invólucro n. 03 - 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 invólucro n. 2.

#### **08.FORMA DE APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA COMERCIAL:**

8.1. A Proposta Comercial deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionada no invólucro n. 04, a ser providenciado pelo licitante e ser adequado às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

8.2. O invólucro n. 04 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA E ENDEREÇO  
ENVELOPE N. IV PROPOSTA COMERCIAL  
EDITAL CONCORRÊNCIA PÚBLICA n. 003/2017  
DATA: 23 / 05/ 2017 às 08h30min  
PREFEITURA MUNICIPAL DE VÁRZEA GRANDE**

#### **9. FORMA DE ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

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

| <b>QUESITOS</b> | <b>SUBQUESITOS</b> |
|-----------------|--------------------|
|-----------------|--------------------|



|   |  |
|---|--|
| I - Plano de comunicação publicitária               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Raciocínio básico</li><li>• Estratégias de Comunicação Publicitária</li><li>• Idéia Criativa</li><li>• Estratégia de Mídia e Não Mídia</li></ul> |
| II - Capacidade de atendimento                      |  |
| III – Repertório                                    |  |
| IV - Relatos de solução de problemas de comunicação |  |

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

## **9.2. QUESITOS:**

### **9.2.1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA.**

O plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no briefing (anexo III) e nas orientações deste Termo de Referência (anexo I), observadas especialmente as seguintes previsões:

I. formatação realizada conforme itens 11.1 a 11.8; II. elaboração em 02 (duas) vias, quais sejam:

**a) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, na forma do item 7.2 e subitens.

**b) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, na forma dos itens 7.3 e 7.4.

**SUBQUESITOS:9.3. Raciocínio Básico** é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da PMVG, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.



**9.4. Estratégia de Comunicação Publicitária** é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expressos 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.

**9.5. Ideia Criativa** é um subquesto por meio do qual a licitante apresentará proposta de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

**9.5.1.** Apresentar relação de todas as peças e/ou material que julgar necessária para execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 9.4 a) e b) com comentários sobre cada peça e/ou material, sendo que estes comentários deverão estar 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.

**9.5.2.** Da relação descrita no item 9.5.1 deverá 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.

**9.6.** Os exemplos de peças e/ou material deverão observar as seguintes orientações:

- I. Ser apresentados sob a forma de:
  - a) Roteiro, layout e/ou storyboard impressos, para qualquer meio;
  - b) Protótipo ou “monstro” para peças destinadas a rádio e internet;



c) Storyboard, storyboard animado ou animatic, para TV e cinema.

II. Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 05 (cinco) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e/ou material, observadas as seguintes regras:

a) Cada redução e/ou variação de formato será considerada como uma peça;

b) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

c) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;

d) Um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;

e) Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

f) Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

**9.7.** Só serão aceitos exemplos de peças e/ou material não finalizado.

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

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

**9.10.** Cada exemplo de peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) formatada conforme previsão do item **11.1.VIII**, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o item **9.6**.

**9.11.** Os storyboard animados, animatics, protótipos e monstros deverão ser apresentados em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional



Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

I. Storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov.

Wmv, mpeg, vob;

II. Protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;

III. Protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

**9.12** Os exemplos de peças e/ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro nº 1, não podendo estar danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

**9.13.** Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

**9.14.** 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.

## 10. MIDIA E NÃO MIDIA

**10.1. Estratégia de Mídia e Não Mídia** é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e/ou planilhas nos quais deverá formular:

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;

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

**10.2.** Da simulação do plano de distribuição deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

I. Período de distribuição das peças e/ou material;

II. Quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;



- III. Valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- IV. Valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- V. Quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- VI. Valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia:

**10.3.** 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.

**10.4.** A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:

- 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 os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores;

## **11.FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

**11.1.** O caderno específico que compõe o Plano de Comunicação Publicitária deverá observar a seguinte formatação:

- I. Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;
- II. Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco;
- III. Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
- IV. Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- V. Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- VI. Espaçamento “simples” entre linhas;



**VII.** Alinhamento justificado do texto.

**VIII.** Texto com fonte “arial”, estilo normal, cor “automático”, tamanho “12 Pontos”;

**IX.** Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

**11.2.** Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e/ou material prevista no item **9.6** estão limitados, no conjunto, a 12 (doze) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.

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

**11.4.** Os exemplos de peças e/ou material integrantes do subquesto Idéia Criativa deverão ser apresentados:

**11.4.1.** Separadamente (soltas) do caderno de que trata o subitem **11.1.I**;

**11.4.2.** Adequados às dimensões do invólucro nº 1, não podendo estar danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

**11.5.** 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”, estilo “normal”, cor “automático”, tamanho “12 pontos”;

**c)** as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e/ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado, sendo que neste caso, para os fins do item 11.2 o papel A3 será computado como 02 (duas) páginas A4.

**11.6.** As especificações do item 11.1 aplicam-se, no que couber, à ideia criativa prevista no item 9.5 a 9.14.



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

**11.7.1.** As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas do item 11.7 poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

**11.8.** Os exemplos de peças e/ou material integrantes do Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno que trata o item 11.1.

## **12. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

**12.1.** A Capacidade de Atendimento da licitante deverá ser apresentada em caderno específico, devendo ser formatados em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial”, estilo normal, cor “automático”, 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.

**12.2.** A capacidade de atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

- a)** A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b)** A quantificação e a qualificação, mediante currículo resumido no qual deve ser explicitado obrigatoriamente nome, formação e experiência dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c)** As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;
- d)** A sistemática de atendimento e 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) As informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da PMVG, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

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

**12.4.** Os documentos e informações e o caderno descrito no item 12.1 não poderão conter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada e possibilidade a identificação da autoria antes da abertura do envelope II.

---

### **13. REPERTÓRIO**

**13.1.** O Repertório será constituído de peças e/ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, agrupados em caderno específico, formalizado em papel A4, formatação na orientação retrato, fonte “arial”, estilo normal, cor “automático”, tamanho “12 Pontos”, com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

**13.2.** No caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e/ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

- I. As peças e/ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2010;
- II. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD;
- III. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico, descrito no item 13.1 em papel A4 e excepcionalmente em papel A3 ou ser apresentadas separadamente (soltas).



**13.3.** Para cada peça e/ou material previstos no item **13.2**, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do 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.

**13.4.** A apresentação de peças e/ou material em número inferior ao exigido no item 13.2. implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

**13.4.1.** A proporcionalidade a que se refere o item **13.4** será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no item 17.3, III.

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

#### **14. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**

**14.1.** A licitante deverá apresentar, em caderno específico, 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

**14.1.1.** As propostas de que trata o item 14.1 devem ter recebido a autorização para sua produção ou ter sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2017.

**14.1.2.** A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista no item 15.3, IV.

**14.1.3.** Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a PMVG seja ou tenha sido signatária.

**14.1.3.1.** A formalização do referendo deverá ser feita no



próprio relato elaborado pela licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.

**14.1.3.2.** Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função.

**14.1.4.** Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e/ou material independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

I. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD;

II. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no **item 14.1**, em papel A4 ou A3 dobrado ou ser apresentadas separadamente (soltas), preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais.

III. Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

**14.1.5.** Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no item 14.1 deverão ser formatadas em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, fonte "arial", estilo normal, cor "automático", 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 seu atos constitutivos.

## **15. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS**

**15.1** O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de TÉCNICA E PREÇO, nos termos do art. 5º da Lei 12.232/2010 e dos arts. 45, parágrafo 1º, III e 46, parágrafo 2º, incisos I e II da Lei 8.666/93.

**15.2.** O julgamento das Propostas Técnicas será realizada por Subcomissão Técnica que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela licitante:



## **I. Plano de Comunicação Publicitária**

### **a) Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão sobre:**

- I. O desafio de comunicação;
- II. Das necessidades de comunicação da Prefeitura de Várzea Grande, para enfrentar o desafio de comunicação;
- III. Das funções e do papel da Prefeitura de Várzea Grande no contexto social, político e econômico;
- IV. Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura de Várzea Grande com seu público;
- V. Das características da Prefeitura de Várzea Grande e das suas atividades que sejam significativas para comunicação publicitária;
- VI. Do desafio da comunicação a ser enfrentado pela Prefeitura de Várzea Grande e do objetivo de comunicação a ser alcançado;

### **b) Estratégia de Comunicação Publicitária**

- I. Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura de Várzea Grande e ao desafio de comunicação;
- II. Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- III. Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura de Várzea Grande com seus públicos;
- IV. Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação;
- V. Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- VI. Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Prefeitura de Várzea Grande, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seu público, os objetivos - geral e específicos - de comunicação e a verba disponível.

### **c) Idéia Criativa**

- I. Adequação ao desafio de comunicação;



- II. Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- III. Adequação ao universo cultural do público-alvo
- IV. Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- V. Originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- VI. Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- VII. Pertinência às atividades de comunicação da Prefeitura de Várzea Grande, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- VIII. Desdobramentos comunicativos que ensejam conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- IX. Exequibilidade das peças e ou do material;
- X. Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos.

**d) Estratégia de Mídia e Não Mídia**

- I. Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo;
- II. Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- III. Consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação aos itens 15.2,I,d, "I" e "II";
- IV. Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura de Várzea Grande;
- V. Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou do material;
- VI. Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

**II. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

- a)** Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b)** Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c)** Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura de Várzea Grande;
- d)** Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais



que estarão à disposição da execução do contrato;

e) Operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura de Várzea Grande e a licitante, esquematizado na proposta;

f) Relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura de Várzea Grande, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

### III. REPERTÓRIO

a) Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;

b) Qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;

c) Clareza da exposição das informações prestadas.

### IV. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

a) Evidência de planejamento publicitário;

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

c) Relevância dos resultados apresentados;

d) Concatenação lógica da exposição.

**15.3.** A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 70 (setenta) pontos e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesito e subquesito:

| <b>NOTA PROPOSTA TÉCNICA</b> |  |                     |
|------------------------------|--|---------------------|
| <b>ITEM</b>                  | <b>DESCRIÇÃO</b>                         | <b>Nº DE PONTOS</b> |
| <b>I</b>                     | <b>Plano de Comunicação Publicitária</b> | <b>65</b>           |
| A                            | Raciocínio Básico                        | 10                  |
| B                            | Estratégia de Comunicação Publicitária   | 25                  |
| C                            | Ideia Criativa                           | 20                  |



|                    |  |            |
|--------------------|--|------------|
| D                  | Estratégia de Mídia e Não Mídia                        | 10         |
| <b>II</b>          | <b>Capacidade de Atendimento</b>                       | <b>15</b>  |
| <b>III</b>         | <b>Repertório</b>                                      | <b>10</b>  |
| <b>IV</b>          | <b>Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b> | <b>10</b>  |
| <b>TOTAL GERAL</b> |  | <b>100</b> |

**15.3.1.** Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no item 15.3., obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.

**15.3.2.** A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos a ele ou a seus subquesitos pelos membros da Subcomissão Técnica.

**15.3.3.** A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20 (vinte) por cento da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital e de acordo com o disposto no artigo 6º, inciso VII da lei 12.232/2010.

**15.3.3.1.** Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou a subquesito reavaliado, a qual será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo licitatório, na forma do §1º do artigo 6º da lei 12.232/2010.

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

**15.3.5.** Será desclassificada a licitante que:



**15.3.5.1.** Não observar as determinações e as exigências deste Edital;

**15.3.5.2.** Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos de sua Proposta Técnica;

**15.3.5.3.** Não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica, a nota mínima de igual ou inferior a 45 (quarenta e cinco) pontos;

**15.3.5.4.** Tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.

**15.3.6.** Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as maiores notas, observadas as condições mínimas indicadas no subitem 15.3.5.2 e 15.3.5.3., sendo classificadas em ordem decrescente, a partir da que acumular maior pontuação.

**15.3.7.** Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquesitos estratégia de comunicação, idéia criativa, capacidade de atendimento, estratégia de mídia e não mídia, relatos de soluções de problemas de comunicação e repertório.

**15.3.8.** Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão, em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

**15.3.9.** Serão considerados vencedores do julgamento final das Propostas Técnicas as licitantes mais bem classificadas na Proposta Técnica.

## **16.DA PROPOSTA COMERCIAL.**

**16.1** A Proposta Comercial da licitante deverá ser:

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



- b) elaborada em dois documentos distintos, descritos nos subitens 16.2 e 16.3;
- c) datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 16.2 e 16.3, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**16.2.** A licitante deverá apresentar Planilha de Preço Sujeito a Valoração, conforme modelo constante do anexo X.

**16.3.** A licitante deverá elaborar declaração na qual comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo a Prefeitura Municipal de Várzea Grande as vantagens obtidas e declarar estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais a serem fixadas na minuta de contrato.

**16.4.** A execução desses serviços será remunerada originalmente na forma abaixo, levando-se em consideração os eventuais descontos e repasses concedidos pelas Licitantes, na forma apresentada na Proposta de Preço:

**16.4.1.** Pela taxa de 15% (quinze por cento) sobre custos de produção/suprimento/serviços realizada tecnicamente por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços decorrentes do estudo ou de criação intelectual das agências contratadas, e sob sua supervisão técnica;

**16.4.2.** Pela taxa de 10% (dez por cento) sobre os custos de produção realizada por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços, quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento;

**16.4.3.** Pelos valores constantes da Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agendas de Propaganda do Estado de Mato Grosso.

**16.5.** A política de negociação baseia-se nos seguintes critérios:

**16.5.1.** O critério de concessão de desconto sobre a remuneração da agência, decorrente de trabalhos de produção/suprimentos/serviços realizados tecnicamente por terceiros, a partir de estudo ou de criação intelectual das agências e sob sua supervisão e



responsabilidade, conforme item 16.4.2, variando entre o percentual de 10% (dez por cento) a 15% (quinze por cento) sobre o valor do custo de produção, suprimentos e serviços externos;

**16.5.2.** O critério de concessão de desconto sobre a remuneração da agência, decorrente de trabalhos de produção/suprimentos/serviços externos, nos casos em que a responsabilidade das Agências limitar-se a contratação dos serviços ou suprimentos, conforme item 16.4.3, variando entre o percentual de 5% (cinco por cento) a 10% (dez por cento) sobre o valor do custo de produção/suprimentos externos;

**16.5.3.** O critério de apropriação e repasse de custos internos da agência para Município de Várzea Grande em percentual **não superior a 50% (cinquenta por cento)** dos preços constantes da Tabela de Custos Internos, item 16.4.4, emitida pelo Sindicato das Agendas de Propaganda do Estado de Mato Grosso.

**16.6.** As propostas de preço das licitantes classificadas serão examinadas, sendo atribuídas um total de 30 (trinta) pontos como nota de preço à proposta que ofertar o maior desconto no somatório dos itens 16.6.1 à 16.6.3, de acordo com a seguinte tabela:

**16.6.1.** Máximo de 10 (dez) pontos para os honorários incidentes sobre o desconto previsto no item 16.4.1, de acordo com a seguinte tabela:

| <i>Classificação da proposta</i> | <i>Pontuação</i> |
|----------------------------------|------------------|
| Melhor proposta                  | 10 pontos        |
| 2ª melhor proposta               | 08 pontos        |
| 3ª melhor proposta               | 06 pontos        |
| 4ª melhor proposta               | 04 pontos        |
| 5ª melhor proposta               | 02 pontos        |
| 6ª melhor proposta em diante     | 00 pontos        |



**16.6.2.** Máximo de 10 (dez) pontos para os honorários incidentes sobre o desconto previsto no item 16.4.2, de acordo com a seguinte tabela:

| <i>Classificação da proposta</i> | <i>Pontuação</i> |
|----------------------------------|------------------|
| Melhor proposta                  | 10 pontos        |
| 2ª melhor proposta               | 08 pontos        |
| 3ª melhor proposta               | 06 pontos        |
| 4ª melhor proposta               | 04 pontos        |
| 5ª melhor proposta               | 02 pontos        |
| 6ª melhor proposta em diante     | 00 pontos        |

**16.6.3.** Máximo de 10 (dez) pontos para os honorários incidentes sobre o desconto previsto no item 16.4.3, de acordo com a seguinte tabela:

| <i>Classificação da proposta</i> | <i>Pontuação</i> |
|----------------------------------|------------------|
| Melhor proposta                  | 10 pontos        |
| 2ª melhor proposta               | 08 pontos        |
| 3ª melhor proposta               | 06 pontos        |
| 4ª melhor proposta               | 04 pontos        |
| 5ª melhor proposta               | 02 pontos        |
| 6ª melhor proposta em diante     | 00 pontos        |

**16.7.** A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo, conforme previsto no art. 46, parágrafo 2º, incisos I e II da Lei 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações posteriores:

$$PF = NFPT + NFPC$$

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPC = Pontuação relativa à proposta comercial

**16.8.** Havendo empate, o desempate se dará através da atribuição da maior nota aos quesitos da proposta técnica, na seguinte ordem:



- a) estratégia de comunicação;
- b) idéia criativa;
- c) capacidade de atendimento;
- d) estratégia de mídia e não mídia;
- e) relatos de soluções de problemas de comunicação e repertório.

**16.9.** Após a utilização do critério de desempate disposto no item 16.8, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio.

**16.10.** Não se considerará qualquer oferta e vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.

**16.11.** Não se admitirá proposta que apresente percentual de descontos simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.

**16.12.** Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas as 2 (DUAS) licitantes mais bem classificadas no julgamento final, com a aplicação da média ponderada, entre as Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto no item 16.7.

## **17.DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:**

**17.1** Os documentos de habilitação deverão ser apresentados em uma via, originais ou fotocópia devidamente autenticada por Cartório de Notas e inseridos no invólucro que deverá ser entregue lacrado, identificado com o n. 05, devendo constar toda a documentação a seguir listada e de acordo com os seguintes dizeres.

**RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA E ENDEREÇO  
ENVELOPE N. V- DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO  
EDITAL CONCORRÊNCIA PÚBLICA n.XX/XX/2017  
DATA: XX/XX/XXXX às XXh PREFEITURA  
MUNICIPAL DE VÁRZEA GRANDE**



## **17.2. HABILITAÇÃO JURÍDICA:**

- 17.2.1. Cédula de Identidade dos responsáveis legais da empresa;
- 17.2.2. Registro Comercial, no caso de empresa individual;
- 17.2.3. Ato constitutivo, Estatuto ou Contrato Social em vigor, devidamente registrado e consolidado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
- 17.2.4 Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhado de prova da Diretoria em exercício.,

## **17.3. REGULARIDADE FISCAL:**

- 17.3.1. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica **(CNPJ)**;
- 17.3.2. Alvará de Funcionamento, relativa ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- 17.3.3. Certidão Conjunta de Tributos Federais e Dívida ativa da União **(PGFN)**;
- 17.3.4. Certidão do Instituto Nacional de Seguridade Social **(INSS)**;
- 17.3.5. Certidão Estadual Negativa de Débito Fiscal **(CND)** específica para participar de licitações expedida pela agencia fazendária da Secretaria de Estado de Fazenda do respectivo domicílio tributário;
- 17.3.6. Certidão negativa de Débitos Trabalhistas **(CNDT)**;
- 17.3.7. Certidão Negativa de Débito da Procuradoria Geral do Estado **(PGE)** do respectivo domicílio tributário;
- 17.3.8. Certidão Negativa de Débito Municipal expedida pela Prefeitura do respectivo domicílio tributário;
- 17.3.9. Certidão Negativa de Dívida Ativa expedida pela Prefeitura do respectivo domicílio tributário;
- 17.3.10. Certidão do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço **(FGTS)**.

**NOTA:** As datas de validades aceitas nas certidões serão as datas consignadas nos documentos, ou na omissão de validade, considera-se



90 (noventa) dias da data de emissão.

## **18.DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:**

**18.1.** Os documentos referentes à QUALIFICAÇÃO TÉCNICA são:

**18.1.1.** Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei 12.232/2010, art. 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) e/ou entidade equivalente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda;

**18.1.2.** Pelo menos 01 (uma) declaração expedida por pessoa jurídica de direito público ou privado, que atestem que a licitante prestou serviço de publicidade, cujas atividades sejam similares, pelo menos, às do objeto deste Edital.

**18.2.** Os documentos acima referidos são presumidamente verdadeiros em sua forma e conteúdo. Caso a Comissão Especial de Licitação constate indícios de fraude oferecerá denúncia junto aos órgãos competentes, relatando o incidente licitatório.

**18.3.** No que se refere à apresentação de atestados previsto no item 18.1.2., as licitantes, quando se tratar de atestados inespecíficos, deverão **destacar** as referências inerentes às exigências deste edital.

## **19. DA QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:**

**19.1.** Balanço Patrimonial e demonstração contábil do último exercício social, já exigíveis na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da proponente, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios. O referido balanço deverá ser devidamente certificado por profissional registrado no Conselho Regional de Contabilidade. Para as Sociedades limitadas, deverá ser mencionando, obrigatoriamente, o número do livro diário e folha em que o mesmo se acha transcrito, bem como cópia do Termo de abertura e encerramento, com a numeração do registro na Junta Comercial, exceto para empresas criadas neste exercício, que deverá apresentar balanço de abertura



para suprir a exigência deste item. Para as Sociedades Anônimas deverão ser apresentadas as publicações no Diário Oficial e Jornal de Grande circulação; A comprovação da boa situação financeira da empresa proponente, será efetuada com base no balanço apresentado e deverá, obrigatoriamente, ser formulada e apresentada pela empresa proponente em papel timbrado da empresa, assinada por profissional registrado no Conselho Regional de Contabilidade, aferida mediante índices e fórmulas abaixo especificada e mediante o preenchimento do Anexo IX onde deverá comprovar:

$$\text{ILG} = (\text{AC} + \text{RLP}) / (\text{PC} + \text{ELP}) \geq 1,00$$

$$\text{ILC} = (\text{AC}) / (\text{PC}) \geq 1,00$$

**Onde:**

**ILG** = índice de liquidez geral

**ILC** = índice de liquidez corrente

**AC** = ativo circulante

**RLP** = realizável em longo prazo

**PC** = passivo circulante

**ELP** = exigível em longo prazo

**19.2.** Todos os quocientes referidos na alínea anterior deverão ser atendidos pelos licitantes, caso contrário o licitante será considerado inabilitado;

**19.3.** Certidão Negativa de Falência ou Concordata Recuperação Judicial e Extrajudicial da empresa, no prazo máximo de 90 (noventa) dias da data da realização da licitação;

**19.4.** Para as praças onde houver mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas tantas certidões quantos forem os cartórios, cada uma emitida por um distribuidor.

## **20. OUTROS DOCUMENTOS:**

**20.1.** Além dos documentos referenciados nos itens 17.2 a 19.5, deverão constar do invólucro n. 05, os seguintes documentos:

**20.1.1.** Declaração expressa do licitante de não ter recebido desta Prefeitura Municipal ou de qualquer outra entidade da Administração em âmbito Federal, Estadual e Municipal, **SUSPENSÃO TEMPORÁRIA**



de participação em licitação e/ou impedimento de contratar com a Administração, assim como não ter recebido declaração de **INIDONEIDADE** para licitar e/ou contratar com a Administração Federal, Estadual e Municipal, regido pela Lei n.8.666/93 e alterações, conforme anexo VI.

**20.1.2.** Declaração do licitante, devidamente assinada pelo seu responsável de que recebeu todos os documentos, que tomou conhecimento de todas as informações e das condições locais para cumprimento das obrigações objeto desta licitação, e, ainda, de aceitação das exigências do edital, bem como da autenticidade dos documentos apresentados a Comissão Especial de Licitações e da compatibilidade de com as obrigações assumidas, bem como da obrigatoriedade de manutenção das condições de habilitação e qualificação durante o curso da execução do contrato, conforme anexo VII.

**20.1.3.** Declaração de que não possui em seu quadro pessoal, empregados com menos de 18 (dezoito) anos, em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e de 16 (dezesesseis) anos, em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, nos termos do inciso XXXIII do art. 7º da CF/88 combinado com o art. 27, inciso V da Lei nº. 8.666/93, alterado pela Lei nº.

9.854 de 27/10/99, conforme anexo VIII

**20.1.4.** Declaração de que nos seus quadros não estão empregados, servidores públicos exercendo funções de gerência, administração ou tomada de decisão perante esta Administração.

**20.1.5.** Alvará do ano em exercício.

## **21. DOS PROCEDIMENTOS: PRIMEIRA SESSÃO – CREDENCIAMENTO E RECEBIMENTO DE INVÓLUCROS NS. 01, 02, 03 E 04 (artigo 11, §4º, da Lei 12.232/2010)**

**21.1.** Na forma prescrita no artigo 11 da lei n. 12.232/2010, na data e horários fixados no preâmbulo deste edital, os membros da Comissão Especial de



Licitação realizará sessão pública visando o credenciamento dos licitantes interessados e recebimento dos invólucros n.01, 02, 03 e 04.

**21.1.1.** Na forma prevista no artigo 11, §1º da lei 12.232/2010, os integrantes da Subcomissão Técnica formalizada via do procedimento de chamamento público não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros das Propostas Técnicas e Comercial.

**21.1.2.** Os licitantes deverão cumprir os preceitos dos itens 5.2 a 5.8 deste edital e apresentarem os documentos comprobatórios de representatividade jurídica para fins de identificação e credenciamento, na forma do item 17.2 e seus subitens.

**21.2.** O invólucro n. 1, com o **Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada** só será recebido pela Comissão Especial de Licitação se não estiver identificado, não apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante e não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do invólucro n. 2.

**21.2.1** Ocorrendo qualquer das hipóteses descritas no item 21.2, na forma do artigo 6º, inciso XIV da lei 12.232/2010, a Comissão Especial de Licitação certificará o ocorrido na ata, deixando de receber os documentos do licitante e desclassificando-o.

**21.3.** Após credenciados os representantes legais e licitantes presentes e interessados em participação no certame, a Comissão Especial de Licitação procederá da seguinte forma:

**21.3.1.** Rubricará os invólucros ns. 02 e 04, sendo que tais invólucros permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Especial de Licitação e separados dos invólucros ns.

01 e 03;

**21.3.2.** Retirá e rubricará o conteúdo do invólucro n. 01;

**21.3.3.** Procederá a abertura do invólucros n. 3 e rubricará seu conteúdo;

**21.3.4.** Solicitará aos licitantes que rubriquem os documentos que constituem os invólucros ns. 01 e 03;



**21.3.5.** Suspenderá a sessão para remessa à Subcomissão Técnica

**21.4.** A Comissão Especial de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 21.3.2, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

**21.5.** Se, ao examinar e/ou rubricar os conteúdos dos invólucros ns. 01 e 03, a Comissão Especial de Licitação e/ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão Especial de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

**21.6.** A Comissão Especial de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

**21.7.** Abertos os invólucros ns. 01 e 03, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão Especial de Licitação.

**21.8.** Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Especial de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 21.9 e seguintes.

**21.8.1** Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Especial de Licitação pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado por meio de publicação nos órgãos oficiais, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos.

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

**21.9.1.** encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, do invólucro n. 01, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;



**21.9.2.** análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

**21.9.3.** elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

**21.9.4.** encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, do invólucro n. 03, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

**21.9.5.** Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

**21.9.6.** Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Licitação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

**21.10.** Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base no subitem 21.9.1. a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

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

**21.11.** As planilhas previstas nos subitens 21.9.3. e 21.9.6. conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do



Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

## **22. SEGUNDA SESSÃO – APURAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS.**

**(artigo 11, §4º, VIII e Lei 12.232/2010)**

**22.1.** Após receber as atas de julgamento, planilhas e demais documentos referentes às Propostas Técnicas formalizados pela Subcomissão Técnica, quanto ao conteúdo dos invólucros ns. 01 e 03, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, por meio de publicação nos órgãos oficiais, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

**22.1.1.** Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

**22.1.2.** Abrir os invólucros ns. 02;

**22.1.3.** Proceder comparação entre o conteúdo das vias não identificadas constantes do invólucro n. 01 com as vias identificadas constante do invólucro n. 02 do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

**22.1.4.** Elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;

**22.1.5.** Proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;

**22.1.6.** Executar o sorteio previsto no subitem 15.3.8, quando for o caso;

**22.1.7.** Informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado nos órgãos oficiais, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso.

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



**23. TERCEIRA SESSÃO – CLASSIFICAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E COMERCIAL. (artigo 11, §4º, IX e X da lei 12.232/2010)**

**23.1.** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, meio de publicação nos órgãos oficiais, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

**23.1.1.** identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

**23.1.2.** abrir os invólucros n. 04, com a Proposta de Preço, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes;

**23.1.3.** colocar à disposição dos licitantes presentes, para exame e rubrica, os documentos integrantes dos invólucros ns. 04;

**23.1.4.** analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preço e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;

**23.1.5.** identificar as Propostas de menor preço, em ordem decrescente, e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes

**23.1.6.** efetuar com as 03 (três) licitantes mais bem-classificadas na fase da Proposta Técnica – caso não tenha apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº 8.666/1993, art. 46, §1º, inciso II, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;

**23.1.7.** adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação de 03 (três) agências;

**23.1.8.** declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnica e de Preço as 03 (três) licitantes mais bem-classificadas na Proposta Técnica que tiverem apresentado a Proposta de menor



preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas, observado ainda os itens 16.6. a 16.12;

**23.1.9.** informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado nos órgãos oficiais, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso.

#### **24. QUARTA SESSÃO – HABILITAÇÃO E ADJUDICAÇÃO.**

**24.1.** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, meio de publicação nos órgãos oficiais, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

**24.1.1.** identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

**24.1.2.** receber e abrir o invólucro n. 05 dos , cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes;

**24.1.3.** analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

**24.1.4.** colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos integrantes do invólucro n. 05;

**24.1.5.** declarar o resultado da habilitação e que este será publicado nos órgãos oficiais, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei nº 8.666/1993;

**24.2.** Em havendo decurso do prazo recursal ou havendo a desistência dos recursos apresentados, e, ainda, em procedendo-se o julgamento dos recursos eventualmente formalizados, a Comissão Especial de Licitação publicará, na forma do item 21 o nome das 03 (três) licitantes vencedoras desta concorrência.

**24.3.** A Prefeitura Municipal de Várzea Grande através da pessoa do Senhora Prefeita Municipal homologará o certame e adjudicará o objeto licitado em às



03 (três) licitantes cujas Propostas atendem em sua essência aos requisitos do presente Edital e seu (s) anexo (s)

**24.3.1.** Caso as licitantes melhores classificadas no julgamento final sejam inabilitadas, serão abertos sucessivamente os envelopes n. 05 das demais licitantes classificadas, por ordem de classificação, até encontrar aquelas que detenham os documentos de habilitação de forma satisfatória.

**24.4.** É facultada a Comissão Especial de Licitação ou autoridade superior, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente da proposta.

**24.5.** Quando todas as propostas forem inabilitadas ou desclassificadas, a Administração poderá fixar às licitantes, prazo de 08 (oito) dias úteis para apresentação de outros documentos ou outras propostas, escoimadas das causas que redundaram na sua inabilitação ou desclassificação.

**24.6.** As empresas adjudicatárias serão convocadas a assinarem o Contrato no prazo e nas condições estabelecidas nos itens 25 e seguintes, a Administração poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pela primeira classificada e sua subsequente, ou revogar a licitação, independentemente da cominação prevista no artigo 81 da Lei n.8.666/93.

## **25. DOS PRAZOS:**

### **25.1. Para assinatura do Contrato:**

**25.1.1.** Os licitantes vencedores deverão comparecer a Prefeitura Municipal de Várzea Grande, na Coordenadoria de Contrato e Convênios para prestar a Caução de Garantia de Execução consoante item 26 deste edital, assinar o contrato e retirar o respectivo Instrumento dentro do prazo de 10 (dez) dias consecutivos contados da notificação feito pelo Setor de Contratos.

### **25.2. Para Início:**



**17.2.1.** O prazo contratual será contado em dias consecutivos a partir do dia da expedição da Ordem de Início dos Serviços.

### **25.3. Ordem de Serviço:**

**25.3.1.** Deverá ser expedida pela Secretaria de Comunicação no prazo de 03 (três) dias consecutivos contados da publicação do extrato do Contrato na Imprensa Oficial.

### **25.4. Da vigência.**

**25.4.1.** O prazo previsto para elaboração dos serviços é de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, limitados a 60 meses, conforme disposto no Inciso II do Art. 57 da Lei 8.666/93.

### **25.5. Prorrogação:**

**25.5.1.** O prazo contratual estabelecido poderá ser prorrogado dentro da vigência do prazo anterior, na forma prevista no parágrafo 1º do artigo 57 da Lei n.8.666, de 21/06/93.

## **26.DAS GARANTIAS:**

**26.1.** A caução de garantia de execução poderá ser prestada numa das seguintes modalidades: em dinheiro, títulos da dívida pública, fiança bancária e seguro garantia, na forma do artigo 56 da lei 8666/93, correspondente a 5% (**CINCO por cento**) do valor do contrato.

**26.2** A caução de garantia de execução prestada pelo Contratado será liberada ou restituída após a execução do Contrato, com a emissão do Termo de Recebimento Definitivo. Quando em dinheiro, será atualizado monetariamente.

**26.3.** Havendo aditivo ou mesmo prorrogação contratual, caberá a complementação de garantia que nunca será inferior ao disposto no item 26.1

## **27. DO CONTRATO:**



**27.1.** Do Contrato regulado pelas disposições deste Edital, decorrem as obrigações, direitos e responsabilidades das partes relativas aos serviços objeto desta licitação.

**27.2.** A adjudicação será efetuada mediante Contrato assinado com a PMVG, observando as condições estabelecidas neste Edital e as que constam da minuta do Contrato.

**27.3.** O Contrato poderá ser alterado, com a devida justificativa, através de Termo Aditivo aprovado pelo Secretário Municipal de Comunicação, nos termos do artigo 65 da Lei 8.666/93.

**27.3.1.** O Limite para estas alterações, acréscimos ou supressões, é de 25% (Vinte e Cinco por cento) do valor inicial atualizado do Contrato. As Contratadas ficam obrigadas a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem nos serviços até o limite de **25%** (Vinte e Cinco) por cento do valor inicial atualizado do contrato, conforme art. 65, § 1º da Lei 8.666/93.

**27.3.2.** O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas desta Lei, respondendo cada uma delas consequências de sua inexecução total ou parcial.

**27.4.** A Secretaria de Municipal de Comunicação se reserva o direito de paralisar ou suspender em qualquer tempo a execução dos serviços mediante pagamento único e exclusivo dos serviços já realizados.

## **28. DO PAGAMENTO:**

**28.1.** Nos termos do art. 73 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações, o objeto licitado será recebido provisoriamente, mediante termo circunstanciado, emitido pela CONTRATANTE e, posteriormente, será emitido o termo de recebimento definitivo, no prazo de até 05 dias a contar do recebimento das faturas.

**28.2.** Compete a agência(s) contratada proceder a entrega dos serviços solicitados no prazo de 10 dias contados da aprovação pela Secretaria.

**28.3.** Para a efetivação dos pagamentos deverão ser apresentadas provas de regularidade com o instituto de Previdência Social – INSS e junto ao Fundo de



Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, Certidão Conjunta de Tributos Federais e Dívida Ativa da União/PGFN, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT) e Certidões Negativas Municipais tanto de Dívida Ativa quanto a Negativa de Débitos Gerais.

**28.4.** Nos preços dos serviços estão incluídos todos os impostos, taxas, encargos e recursos materiais e humanos decorrentes do serviço a ser contratado.

### **29.DAS OBRIGAÇÕES DAS CONTRATADAS:**

**29.1.** A CONTRATADA se obriga, nos termos deste instrumento, a:

- a) Executar perfeitamente os serviços contratados, por meio de pessoas idôneas e tecnicamente capacitadas, registradas em seu nome e sob sua responsabilidade, sem qualquer solidariedade da PMVG, cabendo-lhe efetuar todos os pagamentos em dia, inclusive dos encargos previstos na legislação trabalhista, previdenciária e fiscal, bem como de seguros e quaisquer outros decorrentes de sua condição de empregadora, assumindo, ainda com relação ao contingente alocado, responsabilidade pela coordenação e supervisão dos encargos administrativos, tais como: controle, fiscalização e orientação técnica;
- b) Realizar — com recursos próprios e, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores e veículos — todos os serviços relacionados com o objeto deste Projeto Básico observadas as especificações estabelecidas pela Administração.
- c) Comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, que possuem individualmente estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados a Administração, representada pelos seguintes profissionais:
  - c1) 01 (um) profissional na área de atendimento;
  - c2) 01 (um) profissional na área de planejamento;
  - c3) 02 (dois) profissionais na área de criação;
  - c4) 01 (um) profissional nas áreas de produção impressa e eletrônica;
  - c5) 01 (um) profissional na área de mídia.
- d) Utilizar os profissionais indicados no item 30.1.c para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços objeto deste Contrato,



admitida sua substituição por profissionais com experiência equivalente ou superior;

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

e.1) O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido a Administração, caso esta venha a saldar o compromisso antes do prazo estipulado.

e.2) Serão transferidas a administração as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.

f) Fazer cotação previa de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, observadas as seguintes disposições:

f.1.) Apresentar 03 (três) propostas obtidas entre pessoas jurídicas previamente cadastradas pela administração; apresentar propostas no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa do responsável (nome, RG e CPF), com a assinatura deste último

f.2.) Se não houver possibilidade de obter 03 (três) propostas de preços, a Contratada devesse apresentar as justificativas pertinentes e comprovadas, por escrito.

f.3.) Responder perante a administração e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de omissão na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste contrato.

f.4.) 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 administração;

f.5) Proceder à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos preços de mercado;



- g) Obter a aprovação previa e expressa da administração, na pessoa do Secretario de Comunicação Social, para autorizar despesas com produção, veiculação ou qualquer outra relacionada com o objeto licitado;
- h) Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste Contrato, em qualquer hipótese, a previa e expressa anuência da administração, na pessoa do Secretario de comunicação Social.
- i) As informações sobre a execução do Contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços e veículos, serão divulgados no sitio [www.varzeagrande.mt.gov.br](http://www.varzeagrande.mt.gov.br), garantido o livre acesso por quaisquer pessoas.
- j) Entregar a administração, ate o dia 05 do mês subseqente, um relatório de despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, este com os dados mais relevantes para uma avaliação do estagio em que se encontram e divulgação publica.
- k) Não caucionar ou utilizar o presente Contrato como garantia para qualquer operação financeira.
- l) Manter, durante a execução deste Contrato, todas as condições de habilitação exigidas no procedimento licitatório que deu origem ao Contrato.
- m) Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, se e quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.
- n) Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos por ela, em decorrência do objeto licitado, bem como as contribuições devidas a 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.
- o) Apresentar, quando solicitado pela administração, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- p) 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 objeto.

q) Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotara as providências necessárias no sentido de preservar a administração e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsara a administração, as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias uteis a contar da data do efetivo pagamento.

r) Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção a propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste Contrato.

s) sujeitar-se a mais ampla e irrestrita fiscalização e supervisão, no que tange ao objeto do presente Contrato, prestando os esclarecimentos solicitados e atendendo as determinações efetuadas.

t) Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 05 (cinco) anos após a extinção do Contrato.

u) Orientar-se pela disciplina do Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de promover uma publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais normas pertinentes, que seja amoral e condizente com os bons costumes, com observância, em todos os trabalhos, das limitações previstas no § 1º do artigo 37 da Constituição Federal;

v) Manter, por si, por seus prepostos e subcontratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos pela PMVG.

x) Responder, perante a PMVG e a 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 outros serviços relacionados ao objeto do contrato firmado com a PMVG.



z )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 PMVG.

z.1) Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos ou subcontratados, 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 contrato firmado com a PMVG.

z.2) Adotar as providências necessárias no sentido de preservar a PMVG e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza, relacionadas ao objeto contratado e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsar à PMVG as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

z.3) Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto do contrato firmado com a PMVG.

### **30.DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE :**

**30.1.** A CONTRATANTE se compromete:

**30.1.1.** Proporcionar todas as facilidades necessárias ao bom cumprimento do contrato;

**30.1.2.** Prestar as informações e os esclarecimentos que venham a ser solicitados pela licitante vencedora com relação ao objeto desta licitação;

**30.1.3.** Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a Contratada;

**30.1.4.** Fornecer e colocar à disposição da Contratada todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos Serviços;



**30.1.5.** Proporcionar condições para a boa consecução do objeto deste contrato;

**30.1.6.** Solicitar à Contratada e seus prepostos, todas as providências necessárias ao bom andamento da execução dos serviços e anexar aos autos do processo correspondente cópia dos documentos escritos que comprovem essas solicitações de providências;

**30.1.7.** Notificar a Contratada, por escrito e com antecedência, quanto às providências necessárias aos ajustes para melhor execução dos serviços, assim como, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;

**30.1.8.** Acompanhar e Fiscalizar a execução dos serviços, efetuada pela Contratada, podendo intervir durante a sua execução e caso a Contratada não atender às solicitações da Contratante nas providências dos ajustes dentro dos prazos estabelecidos, poderão os serviços ser suspensos e culminar com a rescisão contratual;

**30.1.9.** Rejeitar quaisquer serviços executados equivocadamente ou em desacordo com as orientações passadas pelo Município ou com as especificações constantes do Edital;

**30.1.10.** Solicitar que seja refeito o serviço recusado, de acordo com as especificações constantes deste Edital.

**30.1.11.** Indicar um responsável técnico para acompanhar a execução do contrato;

## **31. DA ANULAÇÃO E REVOGAÇÃO:**

**31.1.** Por razões de interesse público, decorrentes de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta a Administração poderá revogar a presente licitação, devendo anulá-la por ilegalidade de ofício ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado.

**31.2.** A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato e não gera obrigação de indenizar, ressalvado o disposto no parágrafo único do artigo 59 da Lei n. 8.666/93.



**31.3.** No caso de desfazimento do processo licitatório, é assegurado o direito ao contraditório e à ampla defesa.

**31.4.** Em caso de revogação, os licitantes terão direito à devolução da Documentação e respectiva Proposta, mediante requerimento ao Senhor Prefeito Municipal de Várzea Grande.

## **32. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS:**

**32.1** Pela inexecução total ou parcial do contrato ou pelo atraso injustificado na execução do contrato sujeitará os contratados às penalidades previstas no art. 86 e art. 87 da Lei nº. 8.666/93.

**32.2** As penalidades serão aplicadas cumulativamente ou não, em havendo ocorrência das seguintes hipóteses:

### **I – ADVERTÊNCIA**

**32.2.1** - A aplicação da sanção administrativa de advertência pode ser efetuada nos seguintes casos:

- a) Descumprimento das obrigações assumidas contratualmente ou na licitação, desde que não acarretem prejuízos para a CONTRATANTE, independentemente da aplicação de multa;
- b) Execução insatisfatória ou inexecução dos fornecimentos e/ou serviços ora contratado, desde que a sua gravidade não recomende o enquadramento nos casos de suspensão temporária ou inidoneidade;
- c) Outras ocorrências que possam acarretar pequenos transtornos ao desenvolvimento dos serviços da CONTRATANTE, a seu critério, desde que não sejam passíveis de sanção mais grave;
- d) Atraso na entrega do bem ou na prestação do serviço contratado, pelo prazo não superior ao estipulado no contrato.

### **II – MULTA**

**32.2.2** Caberá o pagamento de multa, em favor da Contratante, conforme disposto no Art. 86 da Lei 8.666/93, quando ocorrerem os seguintes casos:

- a) 0,1% (um décimos por cento) por dia de atraso no prazo de entrega dos serviços, calculado sobre o valor correspondente à parte



inadimplida, limitada a 10% do valor global da contratação; O atraso para efeito de cálculo, mencionado no item anterior será contado em dias corridos, a partir do 1º dia útil subsequente ao término do prazo ajustado em até 15 (quinze) dias;

b) 10% (dez por cento) sobre o valor constante do Contrato, pela inexecução total do objeto, aplicável após o 15º dia, sem prejuízo das outras sanções cabíveis;

**32.2.3** A adjudicada/Contratada não incorrerá em multa quando houver prorrogação do prazo, previamente autorizado pela CONTRATANTE, em decorrência de impedimentos efetivamente verificados sem que a ela seja imputável a culpa, ou em decorrência de acréscimos ou modificações no objeto inicialmente ajustado, respeitado o limite legal.

**32.2.4** A multa será descontada dos créditos constantes da Fatura, ou outra forma de cobrança Administrativa ou Judicial.

**32.2.5** Não será aplicada multa se, comprovadamente, o atraso da execução dos serviços ou fornecimento advir de caso fortuito ou motivo de força maior.

### **III – SUSPENSÃO TEMPORÁRIA DE PARTICIPAÇÃO EM LICITAÇÃO E IMPEDIMENTO DE CONTRATAR COM A ADMINISTRAÇÃO**

**32.2.6** A suspensão do direito de licitar e contratar com a Contratante pode ser aplicada aos inadimplentes culposos que prejudicarem a execução do Contrato por fatos graves, cabendo defesa prévia, no prazo de 05 (cinco) dias úteis da data do recebimento da respectiva intimação.

**32.2.7** A sanção administrativa de suspensão temporária do direito de licitar e contratar com a CONTRATANTE poderá ser aplicada nos seguintes prazos e situações:

I - por 06 (seis) meses nos seguintes casos:



a) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenham acarretado prejuízos para a CONTRATANTE;

b) execução insatisfatória dos fornecimentos e/ ou serviços contratados;

**II - por até 02 (dois) anos, quando a ADJUDICADA/CONTRATADA:**

a) não concluir os fornecimentos e/ ou os serviços contratados;

b) se recusar a fornecer informações suficientes ou fornecê-las inadequadamente, no que diz respeito à sua fruição, qualidade e riscos de operacionalização;

c) prestar o serviço em desacordo com as normas aplicáveis à execução do objeto deste ajuste;

d) cometer quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo ao órgão licitador, ensejando a rescisão do contrato;

#### **IV – DECLARAÇÃO DE INIDONEIDADE PARA LICITAR OU CONTRATAR COM A ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA**

**32.2.8.** Enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no inciso anterior.

**32.2.9** A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com toda a Administração Pública será proposta pela Seção Administrativa e Financeira para aplicação à ADJUDICADA/CONTRATADA nos casos a seguir indicados:

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

**II -** prática de atos ilícitos, visando frustrar a execução do contrato;

**III -** demonstração de não possuir idoneidade para licitar e contratar com o órgão contratante, em virtude de atos ilícitos praticados, tais como:

a) praticar ação maliciosa e premeditada em prejuízo da Contratante ou ações que evidenciem interesses excusos ou má-fé;



b) apresentar qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte;

c) reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que tenha tomado conhecimento em razão da execução dos serviços objeto deste contrato sem o consentimento da Contratante, por escrito.

**32.2.10** Independentemente das sanções administrativas, a CONTRATADA está sujeita ao pagamento de indenização por perdas e danos, quando a inadimplência acarretar prejuízos ao órgão contratante.

**32.3** Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, que prevê defesa prévia do interessado e recurso dos prazos definidos em lei, sendo-lhe franqueada vista ao processo.

### **33. DA RESCISÃO:**

**33.1.** A critério da PMVG caberá rescisão contratual independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, quando a firma Contratada:

**33.1.1** Não cumprir quaisquer das obrigações contratuais;

**33.1.2.** Paralisar os serviços, sem justa causa e prévia comunicação à Administração;

**33.1.3.** Outros casos previstos na Lei n. 8.666, de 21 de junho de 1993.

**33.2.** No caso de rescisão unilateral, por inadimplência da firma Contratada, à mesma caberá receber o valor dos serviços no limite do que fora executado, concedendo o contraditório e ampla defesa.

**33.3.** No caso de rescisão bilateral, à firma Contratada caberá o valor dos serviços executados e a devolução dos valores caucionados.

**33.4.** Em qualquer das hipóteses suscitadas a PMVG não reembolsará ou pagará a firma Contratada qualquer indenização ou outros direitos a seus empregados por força da Legislação Trabalhista e da Previdência Social.

### **34. NOTIFICAÇÃO DO RESULTADO:**



**34.1.** O resultado da licitação será publicado na imprensa oficial, ainda que estejam presentes todos os prepostos dos licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata, conforme inciso I, parágrafo 1º, art. 109 da Lei 8.666/93.

### **35. DISPOSIÇÕES GERAIS:**

**35.1.** O acolhimento para exame das Propostas e sua classificação não geram direito ao autor de qualquer delas na adjudicação do objeto licitado.

**35.2.** A licitante deverá arcar com todos os custos associados à Habilitação, e apresentação de sua Proposta. A PMVG em nenhuma hipótese será responsável por tais custos, quaisquer que sejam os procedimentos seguidos na licitação ou o resultado desta.

**35.3.** A licitante deverá examinar cuidadosamente todas as instruções, condições, projetos, Normas, especificações e Leis citadas neste Edital e seus anexos, especialmente a lei n. 12.323/2010.

**35.4.** Em qualquer ocasião antecedendo a data de abertura do certame, a Comissão Especial de Licitação poderá por qualquer motivo, por sua iniciativa ou em consequência de respostas fornecidas as empresas quando da solicitação de esclarecimentos, modificar os referidos documentos mediante expedição de uma errata que será publicada na imprensa oficial.

**35.5** Quando essa errata vier a alterar a elaboração da Proposta de Preços, a PMVG prorrogará a entrega das mesmas, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido.

**35.6** Quaisquer modificações no edital que inquestionavelmente não afetar a formulação das propostas será, divulgado pela mesma forma que se deu, mantendo-se o prazo inicialmente estabelecido.

### **36.DO FORO:**



**36.1.** As partes elegem, de comum acordo, com renúncia a qualquer outro, por mais privilegiado que seja, o Foro da cidade de Várzea Grande – Mato Grosso - para dirimir as questões decorrentes do presente Contrato.

**Várzea Grande-MT, 31 de março de 2017.**

**Pedro Marcos Campos Lemos**

Secretário Municipal de Comunicação



## **ANEXO I – PROJETO BÁSICO**

### **PROJETO BÁSICO N. 001/2016**

**01–SECRETARIA:** COMUNICAÇÃO SOCIAL

**1.1 – SECRETÁRIO:** PEDRO MARCOS CAMPOS LEMOS

**02–NÚMERODACIDEORIGEMN.** 287/2016 **DATA** 04/11/2016

### **03 – OBJETO ESPECÍFICO.**

O objeto da presente licitação é a contratação de agências de publicidade para prestação de serviços nos setores de publicidade e propaganda para executar um 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 e veiculação de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de divulgar serviços de qualquer natureza, difundir idéias ou informar o público em geral. 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; 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 no assessoramento e apoio no desenvolvimento e execução em ações de comunicação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande.

### **04 – JUSTIFICATIVA.**

O direito à informação é assegurado a todo cidadão pela Constituição da República Federativa do Brasil. Para garantir o efetivo exercício desse direito, a PMVG criou a SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO, que tem, dentre outras, a tarefa de informar a população sobre as ações e os serviços prestados pelo EXECUTIVO Municipal. É dever do Poder Executivo Municipal prestar contas de todos os seus atos, consagrando seu caráter de transparência e publicidade. É



seu dever, também, prestar aos cidadãos todas as informações que considere de interesse público, em favor de uma maior e mais eficaz ação compartilhada do poder político.

Assim, a política de comunicação social da PMVG deve constituir-se de planejamento, definição e utilização dos instrumentos e canais de comunicação que garantam o direito à informação qualificada e orientada do cidadão. Sua eficácia pressupõe o desenvolvimento de um conjunto de estratégias e de ações táticas que visem dar visibilidade e reforçar a imagem das atividades da instituição, sob a ótica da transparência e do interesse público.

Para fins de garantir a eficácia da política de comunicação social empreendida no âmbito da PMVG, vislumbra-se, ainda, implementar novos esforços de comunicação, baseados na execução de objetivos e compromissos assumidos para o novo período de gestão municipal.

Portanto, a contratação da prestação dos serviços de publicidade justifica-se, sobretudo, pela utilidade pública desses serviços que objetivam criar um fluxo permanente de informações para a população e que possibilitem também a ela melhor relacionamento e utilização dos serviços prestados pela PMVG.

Em razão dos trabalhos realizados pela Prefeitura Municipal de Várzea Grande, é necessário dar maior publicidade para poder mostrar suas atividades para os munícipes. Diante do valor da verba destinada à publicidade e diante das inúmeras necessidades de veiculação por parte da Administração tais como campanha para pagamento de IPTU visando aumento da arrecadação municipal, além de campanhas educativas para a área da saúde, como, por exemplo, dengue, necessidade de implantação de coleta seletiva municipal, que demandará a necessidade de reeducação dos munícipes quanto a esta necessidade, e, ainda a grande transformação pela qual o município está passando diante das obras, refletem a necessidade de que hajam 3 (três) agências de propaganda a disposição da administração para atendimento destas necessidades.

Sabe-se que na área de publicidade e propaganda os prazos são demasiadamente exíguos, o que poderia gerar atraso nas mensagens publicitárias, acaso houvesse apenas uma agência contratada. Importante frisar que o TCU, quando da análise do Acórdão 3233/2010 de lavra do Ministro



Marcos Vinícius Vilaça apontou como justificativas a contratações múltiplas em casos como o presente os seguintes:

*“a possibilidade de haver sub-objetos num contrato de publicidade, o que permitiria a subdivisão para mais de um executor; a realização de licitações sucessivas para contratação de objetos distintos mostrar-se como prática antieconômica; a conveniência de ter mais de uma agência “de prontidão” para realizar serviços que sejam demandados com urgência; e a agilidade e qualidade que a subdivisão pode trazer para o contrato no momento da execução (...)” (TCU, Acórdão nº 3233/2010, Plenário, Rel. Min. Marcos Vinícius Vilaça, DOU de 14.12.2010).*

Assim, justifica-se a necessidade de contratação de 03 (três) agências de propaganda aptas a prestar os serviços à Administração.

## **05 – ESPECIFICAÇÃO TÉCNICA.**

**5.1** A PREFEITURA MUNICIPAL DE VÁRZEA GRANDE realizará licitação da modalidade CONCORRÊNCIA PÚBLICA do tipo TÉCNICA E PREÇO, objetivando a classificação e contratação de 03 (três) agências de publicidade para a prestação de serviços publicitários com a elaboração de projetos e campanhas para a Prefeitura Municipal de Várzea Grande.

**5.2.** Compreendem os serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de informação ao público em geral.

**5.3.** Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) à produção e execução técnica das peças e projetos criados;
- b) ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;



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

**5.4** As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 5.3 caput terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, o público-alvo, os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aderir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

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

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

**5.5.1** Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 5.5 o patrocínio de mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

**5.6** Para a prestação de serviços serão classificadas para contratação 03 (três) agências de propaganda, doravante denominadas AGÊNCIAS, que tenham suas atividades disciplinadas pela Lei 4.680/65 e que possuam certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º caput e §1º da Lei n. 12.232/2010.

**5.6.1** A(s) Agência(s) atuará(ao) de acordo com solicitação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, indistinta e independentemente de sua classificação nesta licitação e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços objeto desta licitação.

**5.6.2** As agências atuarão por conta e ordem da Prefeitura Municipal de Várzea Grande na contratação de fornecedores de bens e serviços



especializados para a execução das atividades complementares a que se refere o subitem 5.3. e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias, devendo ser previamente autorizada pela Secretaria de Comunicação tal reserva e/ou compra de espaço publicitário, na forma do art. 4º, §2º da lei 12.232/2010.

**5.6.3.** As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto desta licitação.

**5.7.** A indicação da Agência que executará as solicitações se dará conforme Procedimento de Seleção Interna, a ser publicado na imprensa oficial, nos termos do parágrafo 4º do art. 2º da Lei 12.232/2010 e que compõe o anexo I do presente Termo de Referência.

## **6. PRAZO, LOCAL E CONDIÇÕES DE ENTREGA OU EXECUÇÃO**

**6.1.** Nos termos do art. 73 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações, o objeto licitado será recebido provisoriamente, mediante termo circunstanciado, emitido pela CONTRATANTE e, posteriormente, será emitido o termo de recebimento definitivo, no prazo de até 05 dias a contar do recebimento das faturas.

**6.2.** Compete a agência(s) contratada proceder a entrega dos serviços solicitados no prazo de 10 dias contados da aprovação pela Secretaria.

## **7. RESPONSÁVEL PELO RECEBIMENTO**

**7.1.** A Secretaria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande é responsável em receber os serviços elaborados pelas agências de propaganda, no endereço Avenida Castelo Branco, 2500 – Prefeitura Municipal de Várzea Grande – Várzea Grande/MT. Tel: (65) 3688-8011.

**7.2.** O serviço deverá ser endereçado ao Secretário de Comunicação, a quem compete a aprovação.

## **8. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA**

**8.1.** A qualificação jurídica, a regularidade fiscal e trabalhista e a qualificação econômica estarão presentes no edital.

**8.2.** Os documentos referentes à **QUALIFICAÇÃO TÉCNICA** são:



a) Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei 12.232/2010, art. 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) e/ou entidade equivalente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

## 9. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

| QUESITOS  | SUBQUESITOS   |
|---|---|
| I - Plano de comunicação publicitária               | Raciocínio básico<br>Estratégias de Comunicação Publicitária<br>Idéia Criativa<br>Estratégia de Mídia e Não Mídia |
| II - Capacidade de atendimento                      |   |
| III – Repertório                                    |   |
| IV - Relatos de solução de problemas de comunicação |   |

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

### 9.2. QUESITOS:

9.2.1. **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA.** O plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no briefing e nas orientações deste Termo de Referência, observadas especialmente as seguintes previsões:

III. formatação realizada conforme itens 11.1 a 11.5;

IV. elaboração em 02 (duas) vias, quais sejam:

#### A) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;

I. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que



possibilite, por si só, a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro nº 2.

### **B) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.**

- I. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e/ou material da Ideia Criativa a que se refere o item 9.6. e conter a identificação da licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

### **SUBQUESITOS:**

**9.3. Raciocínio Básico** é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da PMVG, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.

**9.4. Estratégia de Comunicação Publicitária** é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expressos 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.

**9.5. Ideia Criativa** é um subquesito por meio do qual a licitante apresentará proposta de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

- 9.5.1.** Apresentar relação de todas as peças e/ou material que julgar



necessário para execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 9.4 a) e b) com comentários sobre cada peça e/ou material, sendo que estes comentários deverão estar 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.

**9.5.2.** Da relação descrita no item 9.5.1 deverá 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.

**9.6.** Os exemplos de peças e/ou material deverão observar as seguintes orientações:

**I.** Ser apresentados sob a forma de:

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

**II.** Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 5 (cinco) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e/ou material, observadas as seguintes regras:

- a)** Cada redução e ou variação de formato será considerada como uma peça;
- b)** Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c)** Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;



- d) Um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
- e) Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

**9.7.** Só serão aceitos exemplos de peças e ou material não finalizado.

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

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

**9.10.** Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) formatada conforme previsão do item **11.1.VIII**, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o item **9.6**.

**9.11.** Os storyboard animados, animatics, protótipos e monstros deverão ser apresentados em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

- I. Storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov. Wmv, mpeg, vob;
- II. Protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;
- III. Protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

**9.12** Os exemplos de peças e ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro nº 1, não podendo estar danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

**9.13.** Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

**9.14.** 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.



**9.15.** A marca a ser utilizada será a fornecida no anexo deste Edital, sob pena de desclassificação.

**10.1. Estratégia de Mídia e Não Mídia** é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e/ou planilhas nos quais deverá formular:

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

**10.2.** Da simulação do plano de distribuição deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- I. Período de distribuição das peças e ou material;
- II. Quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação; III. Valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- IV. Valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- V. Quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- VI. Valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia;

**10.3.** 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.

**10.4.** A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:

- 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 os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores;

## **11. FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

**11.1.** O caderno específico que compõe o Plano de Comunicação Publicitária deverá observar a seguinte formatação:

- I.** Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;
- II.** Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco.
- III.** Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
- IV.** Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- V.** Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- VI.** Espaçamento “simples” entre linhas;
- VII.** Alinhamento justificado do texto.
- VIII.** Texto com fonte “arial”, estilo normal, cor “automático”, tamanho “12 Pontos”;
- IX.** Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

**11.2.** Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e/ou material prevista no item **9.6** estão limitados, no conjunto, a 12 (doze) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.

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

**11.4.** Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Idéia Criativa deverão ser apresentados:

**11.4.1.** Separadamente (soltas) do caderno de que trata o subitem

**11.1.I;**



**11.4.2.** Adequados às dimensões do invólucro nº 1, não podendo estar danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

**11.5.** 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”, estilo “normal”, cor “automático”, tamanho “12 pontos”;
- c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e/ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado, sendo que neste caso, para os fins do item 11.2 o papel A3 será computado como 02 (duas) páginas A4.

**11.6.** As especificações do item 11.1 aplicam-se, no que couber, à idéia criativa prevista no item 9.5 a 9.14.

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

**11.7.1.** As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas do item 11.7 poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

**11.8.** Os exemplos de peças e/ou material integrantes do Idéia Criativa serão apresentados separadamente do caderno que trata o item 11.1.

## **12. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

**12.1.** A Capacidade de Atendimento da licitante deverá ser apresentada em caderno específico, devendo ser formatados em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial”, estilo normal, cor “automático”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas seqüencialmente, 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.



**12.2.** A capacidade de atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

**a)** A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

**b)** A quantificação e a qualificação, mediante currículo resumido no qual deve ser explicitado obrigatoriamente nome, formação e experiência dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

**c)** As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.

**IV.** A sistemática de atendimento e 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;

**V.** As informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da PMVG, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

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

**12.4.** Os documentos e informações e o caderno descrito no item 12.1 não poderão informar, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada e possibilidade a identificação da autoria antes da abertura do envelope II

## **13. REPERTÓRIO**

**13.1.** O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, agrupados em caderno específico, formalizado em papel A4, formatação na orientação retrato, fonte “arial”, estilo normal, cor “automático”, tamanho “12 Pontos”, com ou sem o



uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

**13.2.** No caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e/ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

- I. As peças e/ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2007;
- II. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD;
- III. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico, descrito no item 13.1 em papel A4 e excepcionalmente em papel A3 ou ser apresentadas separadamente (soltas).
- IV. As peças e ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a PMVG seja ou tenha sido signatária.

**13.3.** Para cada peça e/ou material previstos no item **13.2**, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do 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.

**13.4.** A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido no item 13.2. implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

**13.4.1.** A proporcionalidade a que se refere o item **13.4** será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no item 17.3, III.

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

## **14. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**

**14.1.** A licitante deverá apresentar, em caderno específico, 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem sucedidas de



problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

**14.1.1.** As propostas de que trata o item 14.1 devem ter recebido a autorização para sua produção ou ter sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2017.

**14.1.2.** A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista no item 17.3, IV.

**14.1.3.** Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a PMVG seja ou tenha sido signatária.

**14.1.3.1.** A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.

**14.1.3.2.** Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função.

**14.1.4.** Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e/ou material independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

**I.** As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD; **II.**

As peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no **item 14.1**, em papel A4 ou A3 dobrado ou ser apresentadas separadamente (soltas), preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais.

**III.** Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

**14.1.5.** Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no item 14.1 deverão ser formatadas em



orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, fonte “arial”, estilo normal, cor “automático”, 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 seu atos constitutivos.

## **15. CRITÉRIO DE AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS**

**15.1.** O julgamento das propostas serão por técnica e preço

## **16. VALORES REFERENCIAIS DE MERCADO**

**16.1.** Considera-se como valores referenciais de mercado a tabela de custos internos de Agência de Publicidade, fornecida pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso (SINAPRO).

## **17. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS**

**17.1** O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de TÉCNICA E PREÇO, nos termos do art. 5º da Lei 12.232/2010 e dos arts. 45, parágrafo 1º, III e 46, parágrafo 2º, incisos I e II da Lei 8.666/93.

**17.2.** O julgamento das Propostas Técnicas será realizada por Subcomissão Técnica que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela licitante:

### **III. Plano de Comunicação Publicitária**

**e)** Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão sobre:

**I.** O desafio de comunicação;

**II.** Das necessidades de comunicação da Prefeitura de Várzea Grande, para enfrentar o desafio de comunicação;

**III.** Das funções e do papel da Prefeitura de Várzea Grande no contexto social, político e econômico;

**IV.** Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura de Várzea Grande com seu público;

**V.** Das características da Prefeitura de Várzea Grande e das suas atividades que sejam significativas para comunicação publicitária;



- VI.** Do desafio da comunicação a ser enfrentado pela Prefeitura de Várzea Grande e do objetivo de comunicação a ser alcançado;
- f)** Estratégia de Comunicação Publicitária
- I.** Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura de Várzea Grande e ao desafio de comunicação;
  - II.** Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
  - III.** Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura de Várzea Grande com seus públicos;
  - IV.** Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação;
  - V.** Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
  - VI.** Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Prefeitura de Várzea Grande, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seu público, os objetivos - geral e específicos - de comunicação e a verba disponível.
- g)** Ideia Criativa
- I.** Adequação ao desafio de comunicação;
  - II.** Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
  - III.** Adequação ao universo cultural do público-alvo
  - IV.** Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
  - V.** Originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
  - VI.** Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
  - VII.** Pertinência às atividades de comunicação da Prefeitura de Várzea Grande, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico;
  - VIII.** Desdobramentos comunicativos que ensejam conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
  - IX.** Exequibilidade das peças e ou do material;



X. Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos.

**h) Estratégia de Mídia e Não Mídia**

I. Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo;

II. Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

III. Consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação aos itens 17.2,I,d, "I" e "II";

IV. Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura de Várzea Grande;

V. Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;

VI. Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

**IV. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

a) Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;

b) Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;

c) Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura de Várzea Grande;

d) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

e) Operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura de Várzea Grande e a licitante, esquematizado na proposta;

f) Relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura de Várzea Grande, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

**III. REPERTÓRIO**

a) Idéia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;

b) Qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;



c) Clareza da exposição das informações prestadas.

#### IV. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

- a) Evidência de planejamento publicitário;
- b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) Relevância dos resultados apresentados;
- d) Concatenação lógica da exposição.

**17.3.** A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 70 (setenta) pontos e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesito e subquesito:

| NOTA PROPOSTA TÉCNICA |  |              |
|-----------------------|--|--------------|
| ITEM                  | DESCRIÇÃO  | Nº DE PONTOS |
| <b>I</b>              | <b>Plano de Comunicação Publicitária</b>               | <b>65</b>    |
| A                     | Raciocínio Básico                                      | 10           |
| B                     | Estratégia de Comunicação Publicitária                 | 25           |
| C                     | Ideia Criativa   | 20           |
| D                     | Estratégia de Mídia e Não Mídia                        | 10           |
| <b>II</b>             | <b>Capacidade de Atendimento</b>                       | <b>15</b>    |
| <b>III</b>            | <b>Repertório</b>                                      | <b>10</b>    |
| <b>IV</b>             | <b>Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b> | <b>10</b>    |
| <b>TOTAL GERAL</b>    |  | <b>100</b>   |

**17.3.1.** Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no item 17.3., obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.

**17.3.2.** A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos a ele ou a seus subquesitos pelos membros da Subcomissão Técnica.

**17.3.3.** A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a



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

**17.3.3.1.** Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou a subquesito reavaliado, a qual será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo licitatório, na forma do §1º do artigo 6º da lei 12.232/2010.

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

**17.3.5.** Será desclassificada a licitante que:

**17.3.5.1.** Não observar as determinações e as exigências deste Edital;

**17.3.5.2.** Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos de sua Proposta Técnica;

**17.3.5.3.** Não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica, a nota mínima de igual ou inferior a 45 (quarenta e cinco) pontos;

**17.3.5.4.** Tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.

**17.3.6.** Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as maiores notas, observadas as condições mínimas indicadas no subitem 17.3.5.2 e 17.3.5.3., sendo classificadas em ordem decrescente, a partir da que acumular maior pontuação.

**17.3.7.** Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente,



nos subquestos estratégia de comunicação, idéia criativa, capacidade de atendimento, estratégia de mídia e não mídia, relatos de soluções de problemas de comunicação e repertório.

**17.3.8.** Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão, em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

**17.3.9.** Serão considerados vencedores do julgamento final das Propostas Técnicas as licitantes mais bem classificadas na Proposta Técnica.

## **18. DA PROPOSTA DE PREÇOS.**

**18.1** A Proposta de Preço da licitante deverá ser:

- a) apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b) elaborada em dois documentos distintos, descritos nos subitens 18.2 e 18.3;
- c) datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 18.2 e 18.3, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**18.2.** A licitante deverá apresentar Planilha de Preço Sujeito a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do Anexo III.

**18.3.** A licitante deverá elaborar declaração na qual comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo a Prefeitura Municipal de Várzea Grande as vantagens obtidas e declarar estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas a serem fixadas na minuta de contrato.

**18.4.** A execução dos serviços será remunerado de acordo com os seguintes subitens:, levando-se em consideração os eventuais descontos e repasses concedidos pelas Licitantes, na forma apresentada na proposta de preço:



**18.4.1.** Pelo “desconto de agência” de 20% (vinte por cento) sobre as veiculações efetivadas, incidente sobre o valor da mídia efetivamente negociada e que, nos termos das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, é pago à agência a ser contratada, pelos veículos de comunicação;

**18.4.2.** Pela taxa de 15% (quinze por cento) sobre custos de produção/suprimento/serviços realizada tecnicamente por terceiros, fornecedores de bens ou serviços decorrentes do estudo ou de criação intelectual das agências contratadas, e sob sua supervisão técnica;

**18.4.3.** Pela taxa de 10% (dez por cento) sobre os custos de produção realizadas por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços, quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento;

**18.4.4.** Pelos valores constantes da Tabela de custos internos do sindicato das agencias de propaganda do Estado de Mato Grosso;

**18.5.** A politica de negociação baseia-se nos seguintes critérios:

**18.5.1.** O critério de concessão de desconto sobre a remuneração da agência, decorrente de trabalhos de produção/suprimentos/serviços realizados tecnicamente por terceiros, a partir de estudos ou de criação intelectual das agências e sob sua supervisão e responsabilidade, conforme item 18.4.2, variando entre o percentual de 10 dez por cento a 15% por cento sobre o valor do custo de produção, suprimentos e serviços externos;

**18.5.2.** O critério de concessão de desconto sobre a remuneração da agenda, decorrente de trabalhos de produção/suprimentos/serviços externos, nos casos em que a responsabilidade das Agencias limitar-se-a contratação dos serviços ou suprimentos, conforme item 18.4.3,variando entre o percentual de 5% (cinco por cento) a 10% (dez por cento) sobre o valor do custo de produção/suprimentos externos;

**18.5.3.** O critério de apropriação e repasse de custos internos da agencia para Municipio de Varzea Grande em percentual **não superior a 50% (cinquenta por cento)** dos preços constantes da Tabela de Custos Internos emitida pelo Sindicato das Agendas de Propaganda do Estado de Mato Grosso.

**18.6.** As propostas de preço das licitantes classificadas serão examinadas, sendo atribuídas um total de 30 (trinta) pontos como nota de preço a proposta que



ofertar o maior desconto no somatório dos itens 18.6.1 a 18.6.3, de acordo com a tabela abaixo;

**18.6.1.** Máximo de 10 (dez) pontos para os honorários incidentes sobre o desconto previsto no item 18.4.1, de acordo com a seguinte tabela:

| Classificação da proposta    | Pontuação |
|------------------------------|-----------|
| Melhor proposta              | 10 pontos |
| 2º melhor proposta           | 08 pontos |
| 3º melhor proposta           | 06 pontos |
| 4º melhor proposta           | 04 pontos |
| 5º melhor proposta           | 02 pontos |
| 6º melhor proposta em diante | 00 pontos |

**18.6.2.** máximo de 10 (dez) pontos para os honorários incidentes sobre o desconto previsto no item 18.4.2, de acordo com a seguinte tabela:

| Classificação da proposta    | Pontuação |
|------------------------------|-----------|
| Melhor proposta              | 10 pontos |
| 2º melhor proposta           | 08 pontos |
| 3º melhor proposta           | 06 pontos |
| 4º melhor proposta           | 04 pontos |
| 5º melhor proposta           | 02 pontos |
| 6º melhor proposta em diante | 00 pontos |

**18.6.3.** máximo de 10 (dez) pontos para os honorários incidentes sobre o desconto previsto no item 18.4.3, de acordo com a seguinte tabela:

| Classificação da proposta    | Pontuação |
|------------------------------|-----------|
| Melhor proposta              | 10 pontos |
| 2º melhor proposta           | 08 pontos |
| 3º melhor proposta           | 06 pontos |
| 4º melhor proposta           | 04 pontos |
| 5º melhor proposta           | 02 pontos |
| 6º melhor proposta em diante | 00 pontos |



**18.7.** A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo, conforme previsto no art. 46, parágrafo 2º, incisos I e II da Lei 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações posteriores:

$$PF = (NFPT \times 0,70) + (NFPC \times 0,30)$$

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPC = Pontuação relativa à proposta comercial

**18.8.** Havendo empate, o desempate se dará através da atribuição da maior nota aos quesitos da proposta técnica, na seguinte ordem:

- a) Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) Ideia Criativa;
- c) Raciocínio Básico e Estratégia de Mídia e Não Mídia

**18.9.** Após a utilização do critério de desempate disposto no item 18.6, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio.

**18.10.** Não se considerará qualquer oferta e vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.

**18.11.** Não se admitirá proposta que apresente percentual de descontos simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.

**18.12.** Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas as 3 (três) licitantes mais bem classificadas no julgamento final, com a aplicação da média ponderada, entre as Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto no item 18.7.

## **19. RESULTADOS ESPERADOS**

**19.1.** Que as ações da Prefeitura de Várzea Grande possam ter mais alcance junto aos munícipes e áreas mais carentes.

**19.2.** O objetivo é que ao final de cada ano, ocorra um balanço positivo das ações da prefeitura e que a população conheça seus direitos e benefícios que possam estar sendo aprovados pela Prefeitura de Várzea Grande.



## 20. DESCRIÇÃO DA CONTRATAÇÃO: AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE

- COMPRAS DE MATERIAS E BENS COMUNS
- COMPRAS DE EQUIPAMENTO E MATERIAS PERMANENTES
- SERVIÇOS COMUNS – MANUTENÇÃO/PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS.
- SERVIÇOS ESPECIALIZADOS
- SERVIÇOS TÉCNICOS - ASSESSORIA/CONSULTORIA
- SERVIÇOS DE ENGENHARIA E OBRAS

## 21. PRAZO DE VIGÊNCIA DA CONTRATAÇÃO

21.1. O prazo previsto para elaboração dos serviços é de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, limitados a 60 meses, conforme disposto no Inciso II do Art. 57 da Lei 8.666/93.

## 22. PÚBLICO/FORNECEDOR:

22.1. Agência de propaganda para prestação de serviços técnicos de publicidade.

## 23. PRAZO PARA INÍCIO DOS SERVIÇOS.

23.1. Após 05 (cinco) dias a contar da assinatura do contrato.

## 24. PUBLICAÇÕES

- JORNAL OFICIAL DA UNIÃO – D.O.U
- JORNAL OFICIAL DO ESTADO IOMAT
- JORNAL OFICIAL DO MUNICÍPIO - AMM. (
- INTERNET
- JORNAL DE CIRCULAÇÃO ESTADUAL- OUTROS

## 25. SUGESTÃO DA MODALIDADE DE LICITAÇÃO:

- CONVITE
- PREGÃO PRESENCIAL
- CONCORRÊNCIA PÚBLICA.
- PREGÃO – REGISTRO DE PREÇOS
- TOMADA DE PREÇOS
- CONCURSO
- PREGÃO ELETRONICO
- LEILÃO



## **26. DA REALIZAÇÃO DO SERVIÇO**

**26.1.** Atender as necessidades da Secretaria Municipal de Comunicação Social

## **27. FORMA DE PAGAMENTO.**

**27.1.** Até 30 dias após o recebimento e atestado de nota fiscal.

**27.2.** A contratada deverá no ato de apresentação das notas fiscais mensais, durante a vigência do contrato, apresentar todas as certidões de regularidade fiscal nos âmbitos municipal, estadual, federal e trabalhista, na forma do artigo 29 da lei 8.666/93.

## **28. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

### UNIDADE ORÇAMENTÁRIA

**UNIDADE ORÇAMENTÁRIA: SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO**

**DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA: 13.01.24.122.0002**

**PROJETO/ATIVIDADE: 2055 SERVIÇOS DE PUBLICIDADES, PRODUÇÃO E CONSULTORIA**

**NATUREZA DESPESA: 3.3.90.39.00.00.00.00**

**FONTE: 999**

**UNIDADE ORÇAMENTÁRIA: SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO**

**DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA: 13.01.24.122.0002**

**PROJETO/ATIVIDADE: 2156 CAMPANHA DE PUBLICIDADES**

**NATUREZA DESPESA: 3.3.90.39.00.00.00.00**

**FONTE: 999**

**UNIDADE ORÇAMENTÁRIA: SECRETARIA DE SAÚDE**

**PROJETO/ATIVIDADE: 2269**

**ELEMENTO DE DESPESA: 3.3.90.39**

**FONTE: 304/203/204/205**

**UNIDADE ORÇAMENTÁRIA: SECRETARIA DE EDUCAÇÃO**

**PROJETO/ATIVIDADE: 2165/2264/2256/2261**

**ELEMENTO DE DESPESA: 3.3.90.39**

**FONTE: 1001/0999/0999**



**29.1.** Considerando a natureza desta contratação estimado no valor de R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais), reservando-se a Administração ao direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

### **30. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

**30.1.** A CONTRATADA se obriga, nos termos deste instrumento, a:

- a) Executar perfeitamente os serviços contratados, por meio de pessoas idôneas e tecnicamente capacitadas, registradas em seu nome e sob sua responsabilidade, sem qualquer solidariedade da PMVG, cabendo-lhe efetuar todos os pagamentos em dia, inclusive dos encargos previstos na legislação trabalhista, previdenciária e fiscal, bem como de seguros e quaisquer outros decorrentes de sua condição de empregadora, assumindo, ainda com relação ao contingente alocado, responsabilidade pela coordenação e supervisão dos encargos administrativos, tais como: controle, fiscalização e orientação técnica;
- b) Realizar — com recursos próprios e, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores e veículos — todos os serviços relacionados com o objeto deste Projeto Básico observadas as especificações estabelecidas pela Administração.
- c) Comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, que possuem individualmente estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados a Administração, representada pelos seguintes profissionais:
  - c1) 01 (um) profissional na área de atendimento;
  - c2) 01 (um) profissional na área de planejamento;
  - c3) 02 (dois) profissionais na área de criação;
  - c4) 01 (um) profissional nas áreas de produção impressa e eletrônica;
  - c5) 01 (um) profissional na área de mídia.
- d) Utilizar os profissionais indicados no item 30.1.c para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços objeto deste Contrato,



admitida sua substituição por profissionais com experiência equivalente ou superior;

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

e.1) O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido a Administração, caso esta venha a saldar o compromisso antes do prazo estipulado.

e.2) Serão transferidas a administração as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.

f) Fazer cotação previa de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, observadas as seguintes disposições:

f.1.) Apresentar 03 (três) propostas obtidas entre pessoas jurídicas previamente cadastradas pela administração; apresentar propostas no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa do responsável (nome, RG e CPF), com a assinatura deste último

f.2.) Se não houver possibilidade de obter 03 (três) propostas de preços, a Contratada devesse apresentar as justificativas pertinentes e comprovadas, por escrito.

f.3.) Responder perante a administração e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de omissão na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste contrato.

f.4.) 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 administração;

f.5) Proceder à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos preços de mercado;

g) Obter a aprovação previa e expressa da administração, na pessoa do Secretário de Comunicação Social, para autorizar despesas com produção, veiculação ou qualquer outra relacionada com o objeto licitado;



- h) Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste Contrato, em qualquer hipótese, a previa e expressa anuência da administração, na pessoa do Secretário de comunicação Social.
- i) As informações sobre a execução do Contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços e veículos, serão divulgados no sítio [www.varzeagrande.mt.gov.br](http://www.varzeagrande.mt.gov.br), garantido o livre acesso por quaisquer pessoas.
- j) Entregar a administração, até o dia 05 do mês subsequente, um relatório de despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, este com os dados mais relevantes para uma avaliação do estágio em que se encontram e divulgação pública.
- k) Não caucionar ou utilizar o presente Contrato como garantia para qualquer operação financeira.
- l) Manter, durante a execução deste Contrato, todas as condições de habilitação exigidas no procedimento licitatório que deu origem ao Contrato.
- m) Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, se e quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.
- n) Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos por ela, em decorrência do objeto licitado, bem como as contribuições devidas a 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.
- o) Apresentar, quando solicitado pela administração, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- p) 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 objeto.
- q) Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a



administração e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsara a administração, as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias uteis a contar da data do efetivo pagamento.

r) Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção a propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste Contrato.

s) sujeitar-se a mais ampla e irrestrita fiscalização e supervisão, no que tange ao objeto do presente Contrato, prestando os esclarecimentos solicitados e atendendo as determinações efetuadas.

t) Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 05 (cinco) anos após a extinção do Contrato.

u) Orientar-se pela disciplina do Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de promover uma publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais normas pertinentes, que seja amoral e condizente com os bons costumes, com observância, em todos os trabalhos, das limitações previstas no § 1º do artigo 37 da Constituição Federal;

v) Manter, por si, por seus prepostos e subcontratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos pela PMVG.

x) Responder, perante a PMVG e a 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 outros serviços relacionados ao objeto do contrato firmado com a PMVG.

z )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 PMVG.

z.1) Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos ou subcontratados, 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 contrato firmado com a PMVG.

z.2) Adotar as providências necessárias no sentido de preservar a PMVG e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza, relacionadas ao objeto contratado e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsar à PMVG as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

z.3) Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto do contrato firmado com a PMVG.

### **31. DA GARANTIA**

**31.1.** Deverá ser exigido dos licitantes que possuam pelo menos 10% do valor estimado de contratação como patrimônio líquido como condição de participação da licitação.

**31.2.** Será exigível garantia de execução do contrato equivalente a 5% do valor da contratação, em uma das modalidades previstas no artigo 56, §1º da lei n. 8666/93.

### **32. DA FISCALIZAÇÃO**

**32.1.** Caberá à Secretaria Municipal de Comunicação Social por intermédio do servidor Carlos Eduardo da Silva, portador do RG n. 0447226-8 SSP/MT e do CPF n.. 353.631.421-04

Pedro Marcos Campos Lemos  
Secretario Municipal de Comunicação Social



## ANEXO II

### PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA

Pelo presente regulamento, o Município de Várzea Grande estabelece regramento quanto ao processo de seleção interno de agências de publicidade e propaganda a serem contratadas via da Concorrência Pública n. 003/2017, de acordo com o artigo 2º, §4º da lei 12.232/2010 e cláusula 5.7 do Termo de Referência n. 001/2016 que tem por objeto a Contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas com o fim específico de divulgação das ações da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, conforme as condições e especificações constantes no edital e seus anexos.

**Cláusula 1.** O Município de Várzea Grande, por intermédio da Secretaria de Comunicação - SECOM realizará seleção interna, entre as Agências contratadas, para o desenvolvimento de ações e/ou campanhas publicitárias com investimento em produção e mídia, a partir de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais), inclusive.

**1.1** No caso de ações e/ou campanhas publicitárias com investimento em produção e mídia inferior a R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais), a SECOM poderá realizar o procedimento de seleção interna, caso julgue necessário.

**Cláusula 2.** Além do previsto no item 1.1, a SECOM poderá dispensar o procedimento de seleção interna, nas seguintes situações:

- a) hipótese da ação decorrer de iniciativa de uma das Agências;
- b) reaproveitamento de linha criativa aprovada anteriormente;
- c) situações peculiares que requeiram urgência na realização da ação de comunicação;

**Cláusula 3.** A SECOM convocará as Agências, com prazo mínimo de 48 horas, por meio de ofício, mensagem eletrônica ou por telefone, para participarem da seleção interna.

**Cláusula 4.** O briefing da ação e/ou campanha, contendo todos os subsídios para que as Agências possam elaborar sua proposta de solução para



a necessidade de comunicação do Município, será repassado às Agências de Publicidade, em reunião realizada com essa finalidade.

**Cláusula 5.** O prazo, a ordem e a forma de apresentação das propostas serão acordados no dia do repasse do briefing e registrados na ata da reunião simplificada.

**Cláusula 6.** As Agências deverão entregar e/ou apresentar na data estipulada, o material produzido, com o descritivo da ação e/ou campanha e as peças publicitárias.

**Cláusula 7.** O prazo de conclusão da avaliação será informado a cada seleção, de acordo com a necessidade do Município.

**Cláusula 8.** As propostas de ações e/ou campanhas serão avaliadas por comissão julgadora, composta por 2 (dois) profissionais vinculados a SECOM.

**8.1.** A comissão julgadora poderá sugerir que as propostas apresentadas pelas Agências sejam integradas ou compartilhadas para aperfeiçoar a ação de comunicação publicitária ou viabilizar a sua execução, cabendo ao Município, a decisão e a definição da forma de participação das Agências.

**Cláusula 9.** A metodologia de avaliação das ações e/ou campanhas será composta 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 Publicitária** - 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 (peso 4).



**c) Idéia Criativa** - a adequação da proposta ao briefing; a interpretação favorável ao conceito da campanha; a adequação da proposta aos públicos-alvo; a originalidade e simplicidade da forma e dos elementos; a pertinência às atividades da Administração; os desdobramentos que permite; a exeqüibilidade das peças; a compatibilidade das peças aos meios propostos. (peso 4).

**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. (peso 1).

**Cláusula 10.** O resultado será informado por qualquer dos meios previstos na Cláusula 3.

**Cláusula 11.** Não caberão as Agências participantes a apresentação de recurso da decisão.

Pedro Marcos Campos Lemos

Secretario de Comunicação Social



## **ANEXOIII BRIEFING**

### **1. PRESENTAÇÃO**

**1.1.** A Prefeitura Municipal de Várzea Grande está promovendo licitação na modalidade Concorrência Pública para contratação de três Agências de Publicidade e Propaganda que atenderá a atual administração.

### **2. PRINCÍPIOS**

**2.1.** A Prefeitura Municipal de Várzea Grande tem o objetivo de promover a cidadania, com o apoio participativo da sociedade, visando o bem comum e o progresso organizado, seguindo os princípios democráticos para a aplicação dos recursos de forma planejada e responsável. O esforço pelo contato direto com a população, através de suas ações e da comunicação propriamente dita, preza pela transparência de seus atos, primando pelos procedimentos corretos e preocupação com a avaliação sistemática dos resultados alcançados por suas ações.

### **3. OBJETIVOS**

**3.1.** A ampla garantia da informação sobre sua atuação é dever da Prefeitura Municipal de Várzea Grande. Os cidadãos têm o direito de saber e de conhecer para avaliar as ações do Executivo Municipal. A publicidade de seus atos é de vital importância para todos. O respeito aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, esta contido no trabalho desenvolvido pela Prefeitura de Várzea Grande que busca, continuamente, valorizar sua gente, respeitando a cultura e raízes do cidadão várzea-grandense.

### **4. O NOVO MOMENTO DE VÁRZEA GRANDE**

- 4.1.** Com a nova gestão, a Prefeitura de Várzea Grande investe cada vez mais na educação e na transparência da administração, onde o cidadão pode acompanhar todos os atos e ser um fiscal das ações da prefeitura.
- 4.2.** Há um grande desafio em conscientizar a sociedade e todas as atividades locais, como indústrias, comércio e serviços a preservarem o



**meio ambiente** mantendo o crescimento econômico de forma equilibrada e sustentável.

**4.3.** O IPTU é um dos principais impostos cobrados diretamente pela Prefeitura de Várzea Grande. É a origem de grande parte dos recursos próprios a serem investidos em benefício da população. Porém, boa parte da população não paga o tributo, dificultando obras e melhorias em áreas prioritárias como saúde, educação, transporte e bem estar dos munícipes. É importante diagnosticar as razões históricas para esse tipo de comportamento das pessoas e propor um pacto de resgate da credibilidade do poder público municipal na direção de um novo momento de desenvolvimento.

**4.4.** Na saúde a ideia é massificar, através de campanhas e ações, o processo educativo na prevenção de doenças e acidentes. É necessário desenvolver campanhas de conscientização, divulgando que a prevenção é o melhor remédio, utilizando os profissionais dos postos de saúde dos bairros, PSFs e da UPA. O cidadão deve saber que procurar atendimento nas unidades de atenção básica de saúde é melhor que ir direto ao hospital. O custo do hospital é alto e pesquisas informam que, para cada, um real, investido na prevenção da saúde, quatro reais são economizados no hospital.

**4.5.** Proporcionar o acesso à cultura, ao esporte e ao lazer provocando atividades nos bairros mais carentes, apoiando iniciativas populares e práticas comunitárias de vivências e compartilhamentos criativos, esta é a melhor forma de se levar o poder público aos bairros de Várzea Grande. Interagir com as comunidades através de atividades criativas, com certeza, irá estimular os canais de desenvolvimento da cidadania.

## **5. CARACTERÍSTICAS GERAIS DA CAMPANHA**

**5.1. Tipo de Campanha:** Institucional.

**5.2. Público-alvo:** Classe A, B, C e D (geral).

**5.3. Área de Cobertura:** Vale do Cuiabá.

**5.4. Período da Campanha:** março/2017



- 5.5. Problema de Comunicação:** O descrédito da população com o Poder Executivo Municipal de Várzea Grande.
- 5.6. Meios de Comunicação:** Televisão, Rádio, Jornal e Não Mídia.
- 5.7. Verba publicitária:** R\$ 800 mil (oitocentos mil reais) para custos internos, mídia e produção.

Pedro Marcos Campos Lemos  
Secretario Municipal de Comunicação Social



**ANEXOIV**

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA N. 003/2017-PMVG**

**REQUERIMENTO DE BENEFICIO DO TRATAMENTO DIFERENCIADO E  
DECLARAÇÃO PARA MICROEMPRESA E EMPRESAS DE PEQUENO  
PORTE (LEI COMPLEMENTAR Nº123/2006)**

Eu, \_\_\_\_\_, portador (a) da  
carteira de Identidade RG nº. \_\_\_\_\_-SSP \_\_\_\_\_  
e CPF/MF  
nº \_\_\_\_\_, solicitamos na condição de MICROEMPRESA-EMPRESA  
DE PEQUENO PORTE, quando da sua participação na Licitação, modalidade  
CONCORRÊNCIA PÚBLICA N. 003/2017, seja concedido tratamento  
diferenciado a essa empresa com base nos artigos 42 a 45 da Lei  
Complementar nº123/2006.

**Declaramos ainda, que qualquer impedimento entre os previstos nos  
incisos do § 4º do artigo 3º da Lei Complementar Federal nº123/2006.**

Como prova da referida condição, apresentamos em documento anexo,  
CERTIDÃO emitida pela junta Comercial para comprovação de Microempresa  
ou Empresa de Pequeno Porte na forma do art. 8º da Instrução Normativa nº  
103/2007 do Departamento Nacional de Registro do Comercio – DNRC.

**Assinatura do Representante Legal sob carimbo**

**RG**

**CPF**

**CNPJ/MF da empresa**



## ANEXOV-MINUTADOCONTRATO

CONTRATO N. ....../

CONTRATO DE EMPREITADA POR  
PREÇO GLOBAL QUE ENTRE SI  
FAZEM O MUNICÍPIO DE VÁRZEA  
GRANDE-MT E, DO OUTRO  
LADO A EMPRESA ..., NA  
FORMA ABAIXO:

**O MUNICÍPIO DE VÁRZEA GRANDE ESTADO DE MATO GROSSO**, por intermédio da **PREFEITURA MUNICIPAL**, pessoa jurídica de direito público interno, inscrita no CNPJ sob o nº 03.507.548/0001-10, com sede no localizado na Avenida Castelo Branco nº 2.500, bairro Água Limpa, Paço Municipal "Couto Magalhães" - Várzea Grande/MT, neste ato, representado pelo(a) **PREFEITO(A) MUNICIPAL**, o(a) Excelentíssimo(a) Senhor(a) \_\_\_\_\_, brasileiro(a), inscrito(a) no CPF sob nº. \_\_\_\_\_, juntamente com **SECRETARIA MUNICIPAL DE -----**, representada por seu Secretário(a), o(a) Senhor(a) \_\_\_\_\_, portador(a) da Cédula de Identidade RG nº. \_\_\_\_ e inscrito(a) no CPF sob o nº \_\_\_\_\_, doravante denominada **CONTRATANTE**, e de outro lado, a Empresa \_\_\_\_\_, pessoa jurídica de direito privado, **inscrita no CNPJ nº. \_\_\_\_ e Inscrição Estadual nº \_\_\_\_\_, localizado na \_\_\_\_\_**, neste ato, representada por seu Sócio(a) administrador(a), o(a) Senhor(a) \_\_\_\_\_, portador(a) da Cédula de Identidade RG nº. \_\_\_\_ e inscrito no CPF nº. \_\_\_\_\_, doravante denominada **CONTRATADA**, em vista o constante e decidido no Processo arquivado na Superintendência de Licitação, resolvem celebrar o CONTRATO Nº XX/201X, decorrente da CONCORRÊNCIA PÚBLICA N. XX/201x, conforme descrito no Edital e seus Anexos, nas condições seguintes:

### CLÁUSULA PRIMEIRA – DA FUNDAMENTAÇÃO LEGAL



**1.1.** Este Instrumento Contratual se encontra vinculado aos termos e condições da Lei nº. 8.666 de 21 de Junho de 1993 e alterações, na Lei nº 12.232/2010, ao Edital e anexos do Processo Licitatório da Modalidade Concorrência Pública nº /201x, bem como na proposta da contratada, no Processo Administrativo nº xx, no **Termo de Referência nº 0x/201x da Secretaria de -----.**

**1.2.** Aplicam-se aos casos omissos, as noções gerais de direito público, os princípios da teoria geral dos contratos, as disposições de direito privado e as estabelecidas neste Termo, bem como nos demais documentos acostados no **PROCESSO GESPRO Nº. XX/201X.**

## **CLÁUSULA SEGUNDA - DO OBJETO**

### **2.1. DO OBJETO**

**2.1.1.** Este Termo Contratual tem por objeto a ESTE CONTRATO TEM POR OBJETO A CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE PROJETOS E CAMPANHAS COM O FIM ESPECÍFICO DE DIVULGAÇÃO DAS AÇÕES DA PREFEITURA MUNICIPAL DE VÁRZEA GRANDE, CONFORME CONDIÇÕES E ESPECIFICAÇÕES CONSTANTE DO EDITAL, DO TERMO DE REFERÊNCIA E ANEXOS.

### **2.2. DA DESCRIÇÃO DO OBJETO**

**2.1.2.** Compreendem os serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de informação ao público em geral.

**2.1.3.** Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) à produção e execução técnica das peças e projetos criados;
- b) ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;



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

**2.1.4** As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 2.1.3 caput terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, o público-alvo, os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aderir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

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

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

**2.1.5.1** Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 2.1.5 o patrocínio de mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

**2.1.6** Para a prestação de serviços serão classificadas para contratação 02 (duas) agências de propaganda, doravante denominadas AGÊNCIAS, que tenham suas atividades disciplinadas pela Lei 4.680/65 e que possuam certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º caput e §1º da Lei n.12.232/2010.

**2.1.6.1** A(s) Agência(s) atuará(ão) de acordo com solicitação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, indistinta e independentemente de sua classificação nesta licitação e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços objeto desta licitação.

**2.1.6.2** As agências atuarão por conta e ordem da Prefeitura Municipal de Várzea Grande na contratação de fornecedores de bens e serviços



especializados para a execução das atividades complementares a que se refere o subitem 2.1.3 e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias, devendo ser previamente autorizada pela Secretaria de Comunicação tal reserva e/ou compra de espaço publicitário, na forma do art. 4º, §2º da lei 12.232/2010.

**2.1.6.3.** As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto desta licitação.

## **CLÁUSULA TERCEIRA – DO PREÇO E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

### **3.1. DO VALOR GLOBAL**

**3.1.1.** Este instrumento tem o valor global de **R\$ xxx(---)**.

**3.1.2.** Estão inclusas no valor acima todas as despesas necessárias, tais como: mão-de-obra, tributos, emolumentos, despesas indiretas, encargos fiscais, trabalhistas previdenciários e comerciais e, ainda os gastos com carregamento.

**3.1.3.** *Como condição para pagamento, a CONTRATADA deverá* apresentar a Certidão Negativa de Débitos com a Previdência Social, FGTS e CNDT.; Prova de Regularidade para com a Fazenda Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede da Contratada, observando que no caso do Estado de Mato Grosso, deverá ser específica para participação em licitações públicas, bem como as Certidões de Dívida Ativa e Débitos Gerais junto ao Município de Várzea Grande/MT, através de Certidões expedidas pelos órgãos competentes, que estejam dentro do prazo de validade expresso na própria certidão.

### **3.2. A DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

**3.2.1.** Os recursos financeiros necessários para a execução deste Contrato são oriundos da seguinte classificação orçamentária:

## **CLÁUSULA QUARTA – DA VIGÊNCIA DO CONTRATO**

**4.1.** O presente contrato terá validade por **xx (xx) ---**, contados a partir da data de sua assinatura e expedição da ordem de serviços, prazo em que o **CONTRATADO** deverá prestar os serviços de acordo com a necessidade da Secretaria, podendo ser prorrogados pelo prazo de 60 (sessenta) meses, desde



que justificado pela Secretaria Gestora, em conformidade com o disposto no Art. 57, II, da Lei 8.666 de 21/06/93.

## **CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

**5.1.** A CONTRATADA se obriga, nos termos deste instrumento, a:

- a) Executar perfeitamente os serviços contratados, por meio de pessoas idôneas e tecnicamente capacitadas, registradas em seu nome e sob sua responsabilidade, sem qualquer solidariedade da PMVG, cabendo-lhe efetuar todos os pagamentos em dia, inclusive dos encargos previstos na legislação trabalhista, previdenciária e fiscal, bem como de seguros e quaisquer outros decorrentes de sua condição de empregadora, assumindo, ainda com relação ao contingente alocado, responsabilidade pela coordenação e supervisão dos encargos administrativos, tais como: controle, fiscalização e orientação técnica;
- b) Realizar — com recursos próprios e, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores e veículos — todos os serviços relacionados com o objeto deste Projeto Básico observadas as especificações estabelecidas pela Administração.
- c) Comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, que possuem individualmente estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados a Administração, representada pelos seguintes profissionais:
  - c1) 01 (um) profissional na área de atendimento;
  - c2) 01 (um) profissional na área de planejamento;
  - c3) 02 (dois) profissionais na área de criação;
  - c4) 01 (um) profissional nas áreas de produção impressa e eletrônica;
  - c5) 01 (um) profissional na área de mídia.
- d) Utilizar os profissionais indicados no item 30.1.c para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços objeto deste Contrato, admitida sua substituição por profissionais com experiência equivalente ou superior;
- e) Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir a Administração as vantagens obtidas.



e.1) O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido a Administração, caso esta venha a saldar o compromisso antes do prazo estipulado.

e.2) Serão transferidas a administração as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou

reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.

f) Fazer cotação previa de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, observadas as seguintes disposições:

f.1.) Apresentar 03 (três) propostas obtidas entre pessoas jurídicas previamente cadastradas pela administração; apresentar propostas no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa do responsável (nome, RG e CPF), com a assinatura deste último

f.2.) Se não houver possibilidade de obter 03 (três) propostas de preços, a Contratada devesse apresentar as justificativas pertinentes e comprovadas, por escrito.

f.3.) Responder perante a administração e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de omissão na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste contrato.

f.4.) 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 administração;

f.5) Proceder à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos preços de mercado;

g) Obter a aprovação previa e expressa da administração, na pessoa do Secretário de Comunicação Social, para autorizar despesas com produção, veiculação ou qualquer outra relacionada com o objeto licitado;

h) Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste Contrato, em qualquer hipótese, a previa e expressa anuência da administração, na pessoa do Secretário de comunicação Social.



- i) As informações sobre a execução do Contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços e veículos, serão divulgados no sítio [www.varzeagrande.mt.gov.br](http://www.varzeagrande.mt.gov.br), garantido o livre acesso por quaisquer pessoas.
- j) Entregar a administração, até o dia 05 do mês subsequente, um relatório de despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, este com os dados mais relevantes para uma avaliação do estágio em que se encontram e divulgação pública.
- k) Não caucionar ou utilizar o presente Contrato como garantia para qualquer operação financeira.
- l) Manter, durante a execução deste Contrato, todas as condições de habilitação exigidas no procedimento licitatório que deu origem ao Contrato.
- m) Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, se e quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.
- n) Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos por ela, em decorrência do objeto licitado, bem como as contribuições devidas a 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.
- o) Apresentar, quando solicitado pela administração, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- p) 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 objeto.
- q) Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a administração e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver



condenação, reembolsara a administração, as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias uteis a contar da data do efetivo pagamento.

r) Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção a propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste Contrato.

s) sujeitar-se a mais ampla e irrestrita fiscalização e supervisão, no que tange ao objeto do presente Contrato, prestando os esclarecimentos solicitados e atendendo as determinações efetuadas.

t) Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 05 (cinco) anos após a extinção do Contrato.

u) Orientar-se pela disciplina do Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de promover uma publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais normas pertinentes, que seja amoral e condizente com os bons costumes, com observância, em todos os trabalhos, das limitações previstas no § 1º do artigo 37 da Constituição Federal;

v) Manter, por si, por seus prepostos e subcontratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos pela PMVG.

x) Responder, perante a PMVG e a 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 outros serviços relacionados ao objeto do contrato firmado com a PMVG.

Z )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 PMVG.

z.1) Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos ou subcontratados, 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 contrato firmado com a PMVG.



z.2) Adotar as providências necessárias no sentido de preservar a PMVG e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza, relacionadas ao objeto contratado e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsar à PMVG as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

z.3) Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto do contrato firmado com a PMVG.

#### **CLÁUSULA SEXTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

**6.1.** Proporcionar todas as facilidades necessárias ao bom cumprimento do contrato;

**6.2.** Prestar as informações e os esclarecimentos que venham a ser solicitados pela licitante vencedora com relação ao objeto desta licitação;

**6.3.** Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a Contratada;

**6.4.** Fornecer e colocar à disposição da Contratada todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos Serviços;

**6.5.** Proporcionar condições para a boa consecução do objeto deste contrato;

**6.6.** Solicitar à Contratada e seus prepostos, todas as providências necessárias ao bom andamento da execução dos serviços e anexar aos autos do processo correspondente cópia dos documentos escritos que comprovem essas solicitações de providências;

**6.7.** Notificar a Contratada, por escrito e com antecedência, quanto às providências necessárias aos ajustes para melhor execução dos serviços, assim como, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;

**6.8.** Acompanhar e Fiscalizar a execução dos serviços, efetuada pela Contratada, podendo intervir durante a sua execução e caso a Contratada não atender às solicitações da Contratante nas providências dos ajustes dentro dos prazos estabelecidos, poderão os serviços ser suspensos e culminar com a rescisão contratual;



6.9. Rejeitar quaisquer serviços executados equivocadamente ou em desacordo com as orientações passadas pelo Município ou com as especificações constantes do Edital;

6.10. Solicitar que seja feito o serviço recusado, de acordo com as especificações constantes deste Edital.

6.11. Indicar um responsável técnico para acompanhar a execução do contrato;

### CLÁUSULA SÉTIMA – DO PAGAMENTO

7.1. A Prefeitura Municipal de Várzea Grande efetuará o pagamento à **CONTRATADA**, através de crédito em conta corrente mantida pela **CONTRATADA** em até 30 (trinta) dias após a apresentação das certidões exigidas por Lei, juntamente com a nota fiscal devidamente atestada pelo servidor Fiscal nominado no Termo de Referência.

7.2. A **CONTRATANTE** poderá fazer uso dos pagamentos devidos à contratada para compensar eventuais penalizações, atrasos, e descontos, por eventuais antecipações de pagamento.

7.3. Nas Notas Fiscais deverão ser discriminadas:

- a) Razão social.
- b) Número da nota fiscal,
- c) Data de emissão,
- d) Descrição do fornecimento do objeto
- e) Nas informações complementares e adicionais informar o número da ordem de compra/serviço, do empenho, identificação da origem da licitação (modalidade/numeração/processo)
- f) Não rasurar as notas.

7.4. O Caso constatado alguma irregularidade nas notas fiscais/faturas, estas serão devolvidas ao fornecedor para as necessárias correções, com as informações que motivaram sua rejeição, contando-se o prazo para pagamento da data da sua reapresentação.

7.5. Por ocasião do pagamento, será efetuada consulta da situação do Fornecedor, para verificação de todas as condições de habilitação da Empresa.



**7.6.** A Contratada deverá indicar no corpo da **Nota Fiscal/Fatura**, o número e nome do banco, agência e número da conta onde deverá ser feito o pagamento, via ordem bancária.

**7.7.** Constatada a situação de irregularidade, a **CONTRATADA** será comunicada por escrito para que regularize sua situação, sendo-lhe facultada a apresentação de defesa no prazo de 05 (cinco) dias úteis, sob pena de aplicação das penalidades cabíveis.

**7.8.** Nenhum pagamento isentará o **FORNECEDOR** das suas responsabilidades e obrigações nem implicará aceitação definitiva do fornecimento.

**7.9.** O pagamento somente será efetuado mediante apresentação da regularidade documental.

**7.10.** Como condição para pagamento, a **CONTRATADA** deverá apresentar a Certidão Negativa de Débitos com a Previdência Social, FGTS e CNDT.; Prova de Regularidade para com a Fazenda Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede da Contratada, observando que no caso do Estado de Mato Grosso, deverá ser específica para participação em licitações públicas, bem como as Certidões de Dívida Ativa e Débitos Gerais junto ao Município de Várzea Grande/MT, através de Certidões expedidas pelos órgãos competentes, que estejam dentro do prazo de validade expresso na própria certidão.

**7.11.** Escoado o prazo constante no item 7.1, fica a **CONTRATANTE** constituída em mora, devendo o valor indicado na Nota Fiscal/Fatura ser corrigido monetariamente até a data de seu efetivo pagamento, segundo os índices oficiais de remuneração básica e juros aplicados à caderneta de poupança.

## **CLÁUSULA OITAVA – DO REALINHAMENTO DE PREÇOS E DO REAJUSTE**

### **8.1. DO REAJUSTE**

**8.1.1.** Os preços dos serviços objeto desta licitação são fixo e irremovíveis, pelo prazo de 01 (um) ano, contados a partir da data de assinatura do contrato.

**8.1.2.** Para a aplicação do reajuste dos preços o Índice Inicial será o mês da elaboração do orçamento referencial.

**8.1.3.** No reajuste dos preços aplicar-se-á o índice de correção monetária INPC-FGV;



**8.1.3.1.** Na hipótese de ocorrência de revisão de equilíbrio econômico, financeiro do contrato, a variação do índice anual a ser aplicada será relativa apenas aos insumos que não tenham sido objeto de revisão contratual.

## **8.2. DO REEQUILÍBRIO**

**8.2.1.** O valor contratual poderá ser revisto mediante solicitação da contratada com vista à manutenção do equilíbrio econômico-financeiro do contrato, na forma do artigo 65, inciso II, alínea d, da lei 8666/93, e observados os itens subsequentes deste termo de referência.

**8.2.2.** As eventuais solicitações, observadas o disposto no item anterior, deverão fazer-se acompanhar de comprovação de superveniência do fato imprevisível ou previsível, porém de consequências incalculáveis bem como de demonstração analítica de seu impacto nos custos do contrato.

**8.2.3.** Para os pedidos de reequilíbrio econômico-financeiro ou reajuste dos preços do contrato, caberá à Procuradoria Geral do Município de Várzea Grande a análise jurídica e decisão do pedido e à Contadoria Geral a análise contábil.

**8.2.4.** Deferido o pedido, o reequilíbrio econômico-financeiro e reajuste será registrado por aditamento ao contrato.

## **CLÁUSULA NONA - DA GARANTIA CONTRATUAL**

**9.1. A CONTRATADA**, no prazo de 10 (dez) dias após a assinatura do Termo de Contrato, prestará garantia no valor correspondente a 5% **(cinco por cento)** do valor do Contrato, que será liberada de acordo com as condições previstas neste Edital, conforme disposto no art. 56 da Lei nº 8.666, de 1993, desde que cumpridas as obrigações contratuais.

**9.2.** A modalidade seguro-garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no item anterior, mencionados no art. 19, XIX, b da IN SLTI/MPOG 02/2008, observada a legislação que rege a matéria.

**9.3.** A Contratante executará a garantia na forma prevista na legislação que rege a matéria.

**9.4.** Se a opção de garantia recair em caução em dinheiro, seu valor será depositado junto ao Banco do Brasil, agência 2764-2, conta corrente nº 15485-7, com correção monetária, devendo o comprovante de depósito ser apresentado



imediatamente, em original ou cópia autenticada, na Superintendência de Contratos, no Departamento Administrativo Financeiro, para lançamento contábil na Secretaria Municipal de Gestão Fazendária.

**9.5.** Se a opção de garantia se fizer em seguro-garantia ou fiança bancária, esta deverá conter expressamente a cláusula de prazo de validade igual ou superior ao prazo de execução do contrato, a cláusula de atualização financeira, bem como as cláusulas de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

**9.6.** A fiança bancária deverá ser emitida por estabelecimento sediado ou legalmente representado no Brasil, para ser cumprida e exeqüível na cidade de Várzea Grande/MT, devendo ter prazo superior ao futuro contrato em pelo menos 30 (trinta) dias.

**9.7.** Caso a garantia seja ofertada em títulos da dívida pública, estes devem ter 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, não sendo aceitos aqueles emitidos na primeira metade do Século XX;

**9.8.** No caso de alteração do valor do contrato, ou prorrogação de sua vigência, a garantia deverá ser ajustada à nova situação ou renovada, seguindo os mesmos parâmetros utilizados quando da contratação.

**9.9.** A garantia responderá pelo inadimplemento das condições contratuais, pelos danos ou prejuízos causados à Contratante e pelas eventuais multas ou penalidades aplicadas, podendo ainda reter créditos decorrentes do contrato, sem prejuízo das demais cominações legais e contratuais.

**9.10.** Se o valor da garantia for utilizado total ou parcialmente em pagamento de qualquer obrigação, a Contratada obriga-se a fazer a respectiva reposição no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data em que for notificada.

**9.11.** No caso de rescisão do Contrato determinado por ato unilateral e escrito da Contratante, nos casos enumerados nos incisos I a XII e XVII do art. 78 da Lei n.8666/93 (incisos XII e XVII havendo culpa da Contratada), a garantia será executada para ressarcimento da Contratante e dos valores das multas e indenizações a ela porventura devidos, conforme inciso III do Art. 80 da Lei n.8666/93.



**9.12.** Quando a rescisão ocorrer pelos motivos relacionados nos incisos XII a XVII do art. 78 da Lei n. 8.666/93, sem que haja culpa da Contratada, será esta ressarcida dos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido, tendo ainda o direito à devolução da garantia e pagamentos devidos pela execução do contrato até a data da rescisão; (conforme § 2º do art. 79 da Lei n. 8.666/93).

**9.13.** A garantia prestada pela Contratada ou seu saldo, se houver, será liberada ou restituída após a execução do contrato, conforme disposto no §4º do art. 56 c/c §3º do art. 40 da Lei 8.666/93, devendo o representante da empresa Contratada entregar requerimento, dirigido ao Prefeito(a) Municipal.

**9.14.** A qualquer momento a garantia prestada poderá ser substituída, mediante requerimento do interessado, respeitadas as modalidades antes previstas. Neste caso, o valor da Garantia será calculado sobre o valor do Contrato ajustado à época da solicitação.

**9.15.** A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa de 0,07% (sete centésimos por cento) do valor do contrato por dia de atraso, até o máximo de 2% (dois por cento).

**9.16.** O atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias autoriza a Administração a promover a rescisão do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõem os incisos I e II do art. 78 da Lei nº 8.666, de 1993.

**9.17.** A validade da garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, deverá abranger um período de mais 3 (três) meses após o término da vigência contratual.

**9.18.** A garantia assegurará, qualquer que seja a modalidade escolhida, o pagamento de:

- a)prejuízos advindos do não cumprimento do objeto do contrato;
- b)prejuízos diretos causados à Administração decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato;
- c)multas moratórias e punitivas aplicadas pela Administração à contratada; e
- d)obrigações trabalhistas e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela contratada, quando couber.

**9.19.** Será considerada extinta a garantia:



- a) com a devolução da apólice, carta fiança ou autorização para o levantamento de importâncias depositadas em dinheiro a título de garantia, acompanhada de declaração da Contratante, mediante termo circunstanciado, de que a Contratada cumpriu todas as cláusulas do contrato;
- b) no prazo de 03 (três) meses após o término da vigência, caso a Contratante não comunique a ocorrência de sinistros;

#### **CLÁUSULA DÉCIMA - DA FORMA DE EXECUÇÃO DO OBJETO**

10.1 Os referidos serviços deverão ser executados de acordo com as especificações apresentadas na proposta da CONTRATADA, Termo de Referência, Planos de Trabalho e demais anexos que fizeram parte do processo licitatório da Concorrência Pública n. .../2017, fazendo parte integrante deste instrumento independente de transcrição;

**10.2.** As normas, manuais, instruções e especificações vigentes, específicas para os serviços dessa natureza deverão ser obedecidas.

**10.3.** Todo pessoal da Contratada deverá possuir habilidade e experiência para executar adequadamente os serviços que lhes forem atribuídos.

**10.4.** A Contratada deverá fornecer equipamentos e apetrechos dos tipos e quantidades que venham a ser necessárias para executar satisfatoriamente os serviços, conforme disposto no Edital.

**2.2.5.** A Contratada deverá manter as mesmas condições de habilitação durante toda execução dos serviços.

**10.6.** Os serviços serão considerados concluídos quando cumpridas todas as exigências contidas no edital e aceitas pela Fiscalização do Município.

**10.7.** Nenhuma alteração, modificação, acréscimo ou decréscimo, variação, aumento ou diminuição de quantidade ou de valores, ou das especificações e disposições contratuais poderá ocorrer, inclusive quanto a habilitação e qualificação do contratado no certame licitatório, que será aferido, antes dos pagamentos, salvo quando e segundo a forma e as condições previstas na Lei no 8.666 de 21.06.93 e suas alterações posteriores, e no que couber, nas **NORMAS E PROCEDIMENTOS ADMINISTRATIVO SOBRE CONTRATAÇÕES** vigentes na Prefeitura e no edital de licitação.



10.8. Nos termos do art. 73 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações, o objeto licitado será recebido provisoriamente, mediante termo circunstanciado, emitido pela CONTRATANTE e, posteriormente, será emitido o termo de recebimento definitivo, no prazo de até 05 dias a contar do recebimento das faturas.

10.9. Compete a agência(s) contratada proceder a entrega dos serviços solicitados no prazo de 10 dias contados da aprovação pela Secretaria.

10.10. Os serviços necessários e não constantes das Planilhas serão de comum acordo pactuados e com preços de mercado.

10.11. Não se admitirá nenhum encargo financeiro, como juros, despesas bancárias e ônus semelhantes.

10.12. Nos exercícios seguintes, durante a vigência do contrato, as despesas respectivas serão empenhadas, em relação à parte a ser executada, indicando-se os créditos e empenhos para sua cobertura em termos aditivos a serem então lavrados pelo MUNICÍPIO DE VÁRZEA GRANDE.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DO REGIME DE EXECUÇÃO**

11.1. O presente contrato originou-se de licitação na modalidade **TIPO TÉCNICA E PREÇO**, sob o regime de execução indireta de **EMPREITADA POR PREÇO GLOBAL**, Leis nacionais n.s 12.232/2010 e 4680/65 e subsidiariamente Leis n. 8.666/93, Lei Complementar n. 123/06, Lei Municipal n.3.515/2010 e demais legislações complementares (Decreto n. 3931/01 e Decreto Municipal n.09/2010)

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO**

12.1. O acompanhamento da efetivação desse contrato ficará a cargo da **CONTRATANTE**, mediante nomeação de servidor especialmente designado para este fim, nos termos do Art. 67 da Lei Federal nº. 8.666/93 e suas atualizações;

12.2. A fiscalização dos serviços ficará a cargo da Secretaria de Comunicação, que designa neste ato, o servidor Carlos Eduardo da Silva, portador do RG n. 0447226-8 SSP/MT e do CPF n.353.631.421-04.



### CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA ALTERAÇÃO DO CONTRATO

13.1. O contrato poderá ser alterado somente em um dos casos previstos no art. 65 da Lei 8.666/93 e suas alterações, com as devidas justificativas e mediante interesse da **CONTRATANTE**.

### CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO CONTRATUAL

14.1. Este Contrato poderá ser rescindido, unilateralmente, pelo Município ou bilateralmente, em atendimento à conveniência administrativa, conforme os casos previstos nos **Artigos 77, 78 e 79 da Lei nº. 8.666/93 e suas respectivas atualizações, podendo ser:**

- a) **Amigável** - por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo de licitação, desde que, haja conveniência para a **CONTRATANTE**;
- b) **Administrativa** - por ato unilateral e escrito da Administração, nos casos enumerados nos **Incisos I a XII e XVII do Art. 78 da Lei nº. 8.666/93**;
- c) **Judicial** - nos termos da Legislação Processual.

14.2. A inexecução total ou parcial do contrato enseja sua rescisão pela **Contratante**, com as consequências previstas abaixo.

**Parágrafo Primeiro** – A rescisão contratual poderá ser:

- A) Constituem motivos para rescisão do contrato os previstos no art. 78 da Lei nº 8.666/93;
- b) Em caso de rescisão prevista nos incisos XII a XVII do art. 78 da Lei nº 8.666/93, sem que haja culpa da **Contratada**, será esta ressarcida dos prejuízos regularmente comprovados, quando os houver sofrido;
- c) A rescisão contratual de que trata o inciso I do art. 79 acarreta as consequências previstas no art. 80, incisos I a IV, da Lei nº 8.666/93.

14.3. A **CONTRATADA** reconhece, expressamente, os direitos da Administração Pública, em caso de inexecução total ou parcial, com as consequências contratuais e as previstas em lei ou regulamento, nos termos do art. 77 a 80 da Lei nº 8.666/93;

14.4. A critério da PMVG caberá rescisão contratual independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, quando a firma Contratada:

- a) Não cumprir quaisquer das obrigações contratuais;



b) Paralisar os serviços, sem justa causa e prévia comunicação à Administração;

c) Outros casos previstos na Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

14.5. No caso de rescisão unilateral, por inadimplência da firma Contratada, à mesma caberá receber o valor dos serviços no limite do que fora.

14.6. No caso de rescisão bilateral, à firma Contratada caberá o valor dos serviços executados e a devolução dos valores caucionados.

14.7. Em qualquer das hipóteses suscitadas, a Contratante não reembolsará ou pagará a firma Contratada qualquer indenização ou outros direitos a seus empregados por força da Legislação Trabalhista e da Previdência Social.

## **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DAS PENALIDADES E SANÇÕES**

15.1 Pela inexecução total ou parcial do contrato ou pelo atraso injustificado na execução do contrato sujeitará o contratado às penalidades previstas no art. 86 e art. 87 da Lei nº. 8.666/93.

15.2 As penalidades serão aplicadas cumulativamente ou não, em havendo ocorrência das seguintes hipóteses:

### **I ADVERTÊNCIA**

15.2.1 - A aplicação da sanção administrativa de advertência pode ser efetuada nos seguintes casos:

a) Descumprimento das obrigações assumidas contratualmente ou na licitação, desde que não acarretem prejuízos para a CONTRATANTE, independentemente da aplicação de multa;

b) Execução insatisfatória ou inexecução dos fornecimentos e/ou serviços ora contratados, desde que a sua gravidade não recomende o enquadramento nos casos de suspensão temporária ou inidoneidade;

c) Outras ocorrências que possam acarretar pequenos transtornos ao desenvolvimento dos serviços da CONTRATANTE, a seu critério, desde que não sejam passíveis de sanção mais grave;

d) Atraso na entrega do bem ou na prestação do serviço contratado, pelo prazo não superior ao estipulado no contrato.

### **II – MULTA**



**15.2.2** Caberá o pagamento de multa, em favor da Contratante, conforme disposto no Art. 86 da Lei 8.666/93, quando ocorrerem os seguintes casos:

a) 0,1% (um décimos por cento) por dia de atraso no prazo de entrega dos serviços, calculado sobre o valor correspondente à parte inadimplida, limitada a 10% do valor global da contratação;

O atraso para efeito de cálculo, mencionado no item anterior será contado em dias corridos, a partir do 1º dia útil subsequente ao término do prazo ajustado em até 15 (quinze) dias;

b) 10% (dez por cento) sobre o valor constante do Contrato, pela inexecução total do objeto, aplicável após o 15º dia, sem prejuízo das outras sanções cabíveis;

**15.2.3** A adjudicada/Contratada não incorrerá em multa quando houver prorrogação do prazo, previamente autorizado pela CONTRATANTE, em decorrência de impedimentos efetivamente verificados sem que a ela seja imputável a culpa, ou em decorrência de acréscimos ou modificações no objeto inicialmente ajustado, respeitado o limite legal.

**15.2.4** A multa será descontada dos créditos constantes da Fatura, ou outra forma de cobrança Administrativa ou Judicial.

**15.2.5** Não será aplicada multa se, comprovadamente, o atraso da execução dos serviços ou fornecimento advir de caso fortuito ou motivo de força maior.

### **III – SUSPENSÃO TEMPORÁRIA DE PARTICIPAÇÃO EM LICITAÇÃO E IMPEDIMENTO DE CONTRATAR COM A ADMINISTRAÇÃO**

**15.2.6** A suspensão do direito de licitar e contratar com a Contratante pode ser aplicada aos inadimplentes culposos que prejudicarem a execução do Contrato por fatos graves, cabendo defesa prévia, no prazo de 05 (cinco) dias úteis da data do recebimento da respectiva intimação.

**15.2.7** A sanção administrativa de suspensão temporária do direito de licitar e contratar com a CONTRATANTE poderá ser aplicada nos seguintes prazos e situações:

I - por 06 (seis) meses nos seguintes casos:

a) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenham acarretado prejuízos para a CONTRATANTE;



b) execução insatisfatória dos fornecimentos e/ ou serviços contratados; II - por até 02 (dois) anos, quando a ADJUDICADA/CONTRATADA:

- a) não concluir os fornecimentos e/ ou os serviços contratados;
- b) se recusar a fornecer informações suficientes ou fornecê-las inadequadamente, no que diz respeito à sua fruição, qualidade e riscos de operacionalização;
- c) prestar o serviço em desacordo com as normas aplicáveis à execução do objeto deste ajuste;
- d) cometer quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo ao órgão licitador, ensejando a rescisão do contrato;

#### **IV – DECLARAÇÃO DE INIDONEIDADE PARA LICITAR OU CONTRATAR COM A ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA**

**15.2.8.** Enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no inciso anterior.

**15.2.9** A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com toda a Administração Pública será proposta pela Seção Administrativa e Financeira para aplicação à ADJUDICADA/CONTRATADA nos casos a seguir indicados:

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

II - prática de atos ilícitos, visando frustrar a execução do contrato;

III - demonstração de não possuir idoneidade para licitar e contratar com o órgão contratante, em virtude de atos ilícitos praticados, tais como:

- a) praticar ação maliciosa e premeditada em prejuízo da Contratante ou ações que evidenciem interesses excusos ou má-fé;
- b) apresentar qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte;
- c) reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que tenha tomado conhecimento em razão da execução dos serviços objeto deste contrato sem o consentimento da Contratante, por escrito.



**15.2.10** Independentemente das sanções administrativas, a CONTRATADA está sujeita ao pagamento de indenização por perdas e danos, quando a inadimplência acarretar prejuízos ao órgão contratante.

**15.3** Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, que prevê defesa previa do interessado e recurso dos prazos definidos em lei, sendo-lhe franqueada vista ao processo.

### **CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DA ANTICORRUPÇÃO**

**16.2.** Para a execução deste contrato, nenhuma das partes poderá oferecer, dar ou se comprometer a dar a quem quer que seja, ou aceitar ou se comprometer a aceitar de quem quer que seja, tanto por conta própria quanto por intermédio de outrem, qualquer pagamento, doação, compensação, vantagens financeiras ou benefícios de qualquer espécie, seja de forma direta ou indireta quanto ao objeto deste contrato, ou de outra forma a ele não relacionada, o que deve ser observado, ainda, pelos prepostos e colaboradores.

### **CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DOS ILÍCITOS PENAIIS**

**17.1** As infrações penais tipificadas na Lei 8.666/93 e serão objeto de processo judicial na forma legalmente prevista sem prejuízo das demais cominações aplicáveis.

### **CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - DOS DIREITOS E PRERROGATIVAS DO MUNICÍPIO DE VÁRZEA GRANDE**

**18.1.** Constituem direitos e prerrogativas do Município de Várzea Grande, além dos previstos em outras leis, os constantes dos artigos 49, 58, 59 e 77 a 80 da Lei nº.8.666 de 21.06.93, e suas alterações posteriores, e no que couber, nas Normas e Procedimentos Administrativos sobre Contratações dos Serviços de Consultoria, Vigentes No Município De Várzea Grande, que a Contratada aceita e a eles se submete.

### **CLÁUSULA DÉCIMA NONA – DOS ACRÉSCIMOS E SUPRESSÕES**

**19.1.** A contratada obriga-se a aceitar os acréscimos ou supressões do objeto deste Termo de Referencia que se fizerem necessários, até o limite facultado



pela regra do Parágrafo 1º, Artigo 65 da Lei nº 8.666/93 e alterações posteriores, podendo a supressão exceder tal limite, desde que resultante de acordo entre os celebrantes, nos termos do Parágrafo 2º, Inciso II do mesmo artigo, conforme redação introduzida pela Lei nº 9.648/98.

#### **CLÁUSULA VIGÉSIMA – DA PUBLICAÇÃO**

**20.1.** O instrumento terá eficácia após publicação do extrato em Diário Oficial, em obediência ao disposto na Lei Federal n.º 8.666/93 e suas alterações posteriores.

#### **CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA – DAS CONDIÇÕES GERAIS**

**21.1.** As partes ficam, ainda, adstritas às seguintes disposições:

- I. Todas as alterações que se fizerem necessárias serão registradas por intermédio de lavratura de termo aditivo do presente contrato.
- II. É vedado caucionar ou utilizar o contrato para qualquer operação Financeira, sem prévia e expressa autorização da Prefeitura Municipal de Várzea Grande.

#### **CLÁUSULA VIGÉSIMA SEGUNDA – DO FORO**

**22.1.** As partes contratantes elegem o Foro da Comarca de Várzea Grande/MT como competente para dirimir quaisquer questões oriundas do presente contrato, inclusive os casos omissos, que não puderem ser resolvidos pela via administrativa, renunciando a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E por estarem de acordo, as partes firmam o presente contrato, em 03 (três) vias de igual teor e forma para um só efeito legal, ficando uma via arquivada na sede da **CONTRATANTE**, na forma do art. 60 da Lei 8.666 de 21/06/93.

Várzea Grande/MT, xxx de xx de 2017.

#### **CONTRATANTE**



**CONTRATADA**

**TESTEMUNHAS**

**NOME:**.....**CPF:**.....

.....

**NOME:**.....**CPF:**.....

.....



## **ANEXOVI**

### ***DECLARAÇÃO DE IDONEIDADE E DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE***

Declaramos para os fins de direito, na qualidade de Proponente do procedimento de licitação, na modalidade Concorrência Pública n. **XXX/XXXX**, da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, não ter recebido desta ou de qualquer outra entidade da Administração em âmbito Federal, Estadual e Municipal, **SUSPENSÃO TEMPORÁRIA** de participação em licitação e/ou impedimento de contratar com a Administração, assim como não ter recebido declaração de **INIDONEIDADE** para licitar e/ou contratar com a Administração Federal, Estadual e Municipal, regido pela Lei n. 8.666/93 e alterações, bem como que até a presente data inexistem fatos impeditivos para nossa habilitação, e que estamos cientes da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores, na forma do artigo 32, §2º da lei 8666/93

Por ser expressão da verdade, firmamos o presente.

\_\_\_\_\_, em \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_  
(Nome e Assinatura do Representante Legal da Empresa)

IDENTIFICAÇÃO DO PROPONENTE: (Carimbo do CNPJ)



## **ANEXO VII**

(MODELO)

### ***DECLARAÇÃO DE RESPONSABILIDADE***

Declaramos para os fins de direito, na qualidade de Proponente do procedimento de licitação, na modalidade Concorrência Pública XXX/XXXX, da Prefeitura Municipal de Várzea Grande - MT que:

- 1) Assumimos inteira responsabilidade pela autenticidade de todos os documentos apresentados à COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO, sujeitando-nos a eventuais averiguações que se façam necessárias;
- 2) Comprometemo-nos a manter, durante a execução do Contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas no Edital;
- 3) Obrigamo-nos a manter as condições de habilitação e qualificação durante o curso da execução do contrato;
- 4) Temos conhecimento e submetemo-nos ao disposto na Lei nº 8.078/90 - Código de Defesa do Consumidor, bem como ao Edital e Anexos da Concorrência Pública nº xxx/xxxx;
- 5) Em nossos quadros não existem empregados, servidores públicos exercendo funções de gerência, administração ou tomada de decisão;

\_\_\_\_\_, em \_\_ de \_\_\_\_\_ de xxxx.

\_\_\_\_\_



(Nome e Assinatura do Representante Legal da Empresa)

IDENTIFICAÇÃO DO PROPONENTE: (CARIMBO DO CNPJ)

**ANEXO VIII**

**(MODELO)**

**DECLARAÇÃO DE QUE TODAS AS ATIVIDADES DA EMPRESA NÃO CONTRARIA O DISPOSTO NO ART. 7, XXXIII, DA CF/88**

....., inscrito no CNPJ nº..... por intermédio de seu representante legal o (a) Sr(a)....., portador(a) 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, introduzido 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 menor de dezesseis anos, em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos, e que suas atividades não contraria o disposto no art. 7, XXXIII, da Constituição Federal.

( ) Ressalva: emprega menor de dezesseis anos e maior de quatorze anos, na condição de aprendiz.

\_\_\_\_\_, em \_\_ de \_\_\_\_\_ de 201x.

(representante legal)



ESTADO DE MATO GROSSO MUNICÍPIO DE VÁRZEA GRANDE  
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

SECOM  
PMVG

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



## ANEXO IX

### CÁLCULO DOS QUOCIENTES DE ESTRUTURA DE CAPITAIS E DE LIQUIDEZ

Empresa: \_\_\_\_\_

|   |   |
|---|---|
| Capital Social<br>R\$   | (Capital Social x Variação da IGP–<br>DI/FGV)     |
| <b>Patrimônio Líquido</b><br>R\$  | (Patrimônio líquido x Variação da<br>IGP– DI/FGV) |
| <b>Liquidez Geral</b><br><u>Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo</u><br>Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo<br>≥ a 1,00<br>(maior ou igual a um vírgula cinquenta) |   |
| <b>Liquidez Corrente</b><br><u>Ativo Circulante</u><br><b>Passivo</b><br><b>Circulante</b><br>≥ a 1,00 (maior ou igual a um vírgula)  |   |

Obs.:

1) Os dados do Balanço Patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social já exigíveis e apresentados na forma da lei, poderão ser atualizados por índices IGP/DI (Índice Geral dos preços – Disponibilidade Interna – FGV), quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data da apresentação da proposta.

2) O critério de arredondamento na segunda casa decimal, deverá obedecer à norma NBR 5891/77 da ABNT.

DATA: \_\_\_\_\_ ASSINATURA: \_\_\_\_\_

**ANEXO**

**PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO**

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

a) honorários, a serem cobrados do Município de Várzea Grande, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por fornecedores, referentes produção e a execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários que envolvam criação da agência e cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação: \_\_\_% (\_\_\_ por cento);

b) honorários, a serem cobrados do Município de Várzea Grande, incidentes sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes a produção e a execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, bem como a realização de outros serviços realizados por fornecedores referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste — vinculadas a concepção e criação de campanhas e peças publicitárias — e a elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual: \_\_\_% (\_\_\_\_\_ por cento);

c) desconto a ser concedido ao Município de Várzea Grande, sobre os custos internos, baseado na tabela de pregos do Sindicato das Agendas de Propaganda do Estado do Mato Grosso: \_\_\_% (\_\_\_ por cento);

d) não haver repasse para o Município de Várzea Grande, sobre o "desconto de agência" pago pelos veículos de comunicação às Agências. Este valor obedece ao limite estabelecido no Anexo B das Normas-Padrão da Atividade Publicitária (CENP). A presente proposta tem validade de 60 (sessenta) dias contados da data de sua assinatura.

..... -....., de.....de 2017

Licitante/Representante legal

**ANEXO IX**

**TABELA**

**SINAPRO/MT**



**Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso**

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda - FENAPRO  
Registro/Mtb nº 46000.009789/97 - Código de Entidade Sindical/Mtb nº 000.197.90027-5 -  
CNPJ/MF nº 02.527.043/0001-55  
Rua Barão de Melgaço 3.988, sala 107, Ed. Leblon - Centro –  
Fone/fax (65) 3624-8154 - E-mail sinapromt@brturbo.com

**TABELA DE CUSTOS REFERENCIAIS PARA SERVIÇOS DE PUBLICIDADE**

(em vigor a partir de 01.01.2003) TABELA EM R\$

| <b>Planejamento</b>  |                |                    |  | <b>Total</b> |
|--|----------------|--------------------|--|--------------|
| Planejamento de ações promocionais   |                |                    |  | 3.870,00     |
| Planejamento de comunicação  |                |                    |  | 6.880,00     |
| Planejamento de evento   |                |                    |  | 5.504,00     |
| Planejamento de Marketing  |                |                    |  | 10.320,0     |
| Planejamento de mídia  |                |                    |  | 2.476,00     |
| <b>Materiais Institucionais</b>  |                |                    |  |              |
| <b>Peça</b>  | <b>Criação</b> | <b>Finalização</b> |  | <b>Total</b> |
| Cartaz Institucional   | 1.186,00       | 791,00             |  | 1.977,00     |
| Identificação corporativa externa  | 2.889,00       | 1.238,00           |  | 4.127,00     |
| Frota (até 3 veículos diferentes)  | 1.444,00       | 619,00             |  | 2.063,00     |
| Logomarca institucional  | 3.852,00       | 1.651,00           |  | 5.503,00     |
| Logotipo institucional   | 3.889,00       | 1.238,00           |  | 4.128,00     |
| Manual de identificação visual   | 1.733,00       | 743,00             |  | 2.477,00     |
| Newsletter/House Organs (p/página)   | 301,00         | 129,00             |  | 430,00       |
| Nome   | 1.926,00       | 825,00             |  | 2.751,00     |
| Papelaria (incluindo cartão de visita, envelope ofício saco, papel ofício, pasta e bloco de anotações) | 1.152,00       | 495,00             |  | 1.647,20     |
| Papel embrulho/presente  | 674,00         | 288,00             |  | 962,00       |
| Portifólio (por página)  | 412,00         | 275,00             |  | 687,00       |
| Reformulação de logomarca/logotipo   | 1.926,00       | 825,00             |  | 2.751,00     |
| Relatório de diretoria (por página)  | 337,00         | 144,00             |  | 481,00       |
| Slogan   | 770,00         | 330,00             |  | 1.100,00     |
| Totem  | 770,00         | 330,00             |  | 1.100,00     |
| <b>Mídia</b>   |                |                    |  | <b>Total</b> |



|                  |  |  |          |
|------------------|--|--|----------|
| Spot até 60"     |  |  | 784,00   |
| Jingle até 60"   |  |  | 1.648,00 |
| Filme/VT até 30" |  |  | 2.084,00 |
| Filme/VT até 60" |  |  | 3.100,00 |
| Filme/VT Ofertas |  |  | 710,00   |

### Audio visual / Documentário

|                               |  |  | Total    |
|-------------------------------|--|--|----------|
| Por minuto                    |  |  | 1.390,00 |
| Assinatura/Vinheta Eletrônica |  |  | 2.180,00 |
| Story board (por quadro)      |  |  | 178,00   |
| Texto foguete                 |  |  | 470,00   |

Obs.: Nos valores acima não estão inclusos: locação de produtora, edição, áudio, locução, trilha, direção, iluminação, efeitos especiais, clichês, cachês extras de compositores, intérpretes, arranjos, músicos ou técnicos especialmente convidados, produção, locação externa, figurino, maquiagem, cópias de fitas, despesas com remessa de materiais e despesas operacionais.

### Mídia impressa – Jornal e Revista

| Peça                          | Criação  | Finalização | Total    |
|-------------------------------|----------|-------------|----------|
| Página dupla                  | 1.575,00 | 675,00      | 2.250,00 |
| 01 Página                     | 915,00   | 375,00      | 1.290,00 |
| Acima de ¼ até ½ de página    | 504,00   | 210,00      | 714,00   |
| Acima de 1/8 até ¼ de páginas | 320,00   | 110,00      | 430,00   |
| Até 1/8 de página             | 188,00   | 70,00       | 258,00   |

### Balanco

Mais 100% sobre o valor de finalização

### Embalagens

| Peça                     | Criação   | Finalização | Total     |
|--------------------------|-----------|-------------|-----------|
| Adaptação de embalagem   | 4.375,00  | 1.875,00    | 6.250,00  |
| Berço                    | 2.990,00  | 1.271,00    | 4.261,00  |
| Bula                     | 961,00    | 415,00      | 1.376,00  |
| Caixa de embarque        | 1.774,00  | 760,00      | 2.534,00  |
| Caixa de display         | 2.990,00  | 1.271,00    | 4.261,00  |
| Cartela                  | 1.445,00  | 615,00      | 2.060,00  |
| Cartela com saco         | 2.990,00  | 1.271,00    | 4.261,00  |
| Embalagem (mecânica)     | 2.400,00  | 1.012,00    | 3.412,00  |
| Embalagem Amostra Grátis | 4.375,00  | 1.875,00    | 6.250,00  |
| Embalagem Blister        | 4.634,00  | 1.970,00    | 6.604,00  |
| Embalagem de linha       | 11.921,00 | 5.109,00    | 17.030,00 |
| Embalagem promocional    | 4.375,00  | 1.875,00    | 6.250,00  |
| Mock-up                  | 2.564,00  | 1.036,00    | 3.600,00  |
| Rótulo                   | 2.564,00  | 1.036,00    | 3.600,00  |

### Materiais Promocionais (por página)

| Peça                              | Criação | Finalização | Total  |
|-----------------------------------|---------|-------------|--------|
| Album (por página)                | 340,00  | 168,00      | 508,00 |
| Catálogo (por página)             | 340,00  | 168,00      | 508,00 |
| Folheto até 210x297mm (A4)        | 340,00  | 168,00      | 508,00 |
| Folheto acima de A4 até 400x600mm | 504,00  | 210,00      | 714,00 |



|  |                |                    |              |
|--|----------------|--------------------|--------------|
| Jornal Tablóide (por página)   | 441,00         | 189,00             | 630,00       |
| Livreto (por página)   | 340,00         | 168,00             | 508,00       |
| Livro (por página)   | 246,00         | 106,00             | 352,00       |
| Manual (por página)  | 340,00         | 168,00             | 508,00       |
| Manual de merchandising (por página)   | 340,00         | 168,00             | 508,00       |
| Revista (por página)   | 340,00         | 168,00             | 508,00       |
| Obs.: os custos acima referem-se apenas a criação gráfica, não estando incluídos os custos com matérias. |                |                    |              |
| <b>Materiais Promocionais</b>  |                |                    |              |
| <b>Peça</b>  | <b>Criação</b> | <b>Finalização</b> | <b>Total</b> |
| Adesivo  | 604,00         | 221,00             | 825,00       |
| Blimp  | 788,00         | 337,00             | 1.125,00     |
| Balcão para degustação   | 788,00         | 337,00             | 1.125,00     |
| Bandeira   | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Bandeirola   | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Banner   | 420,00         | 281,60             | 701,60       |
| Bexiga/bola/balão  | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Bloco de recados   | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Boné   | 441,00         | 189,00             | 630,00       |
| Botton   | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Braçadeira   | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Caixa de fósforos  | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Calendário de bolso  | 604,00         | 221,00             | 825,00       |
| Calendário de mesa (por lâmina)  | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Calendário de Parede (por lâmina)  | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Camiseta   | 441,00         | 189,00             | 630,00       |
| Caneta/Lápis   | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Capa de caderno  | 1.281,00       | 549,00             | 1.830,00     |
| Capa de carnê  | 788,00         | 337,00             | 1.125,00     |
| Capa de catálogo   | 1.281,00       | 549,00             | 1.830,00     |
| Capa de manual   | 950,00         | 390,00             | 1.340,00     |
| Capa de revista  | 1.281,00       | 549,00             | 1.830,00     |
| Capa de disco/CD/fita  | 2.241,00       | 960,00             | 3.201,00     |
| Capa de livro  | 2.241,00       | 960,00             | 3.201,00     |
| Cardápio (por lâmina)  | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Cartão de aniversário  | 788,00         | 337,00             | 1.125,00     |
| Cartão de Natal  | 1.281,00       | 549,00             | 1.830,00     |
| Cartão postal  | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Cartaz Evento/promoção   | 907,00         | 400,00             | 1.307,00     |
| Cartaz varejo  | 441,00         | 189,00             | 630,00       |
| Chaveiro   | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Cinta  | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Cinzeiro   | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Convite padrão   | 630,00         | 270,00             | 900,00       |
| Convite especial   | 1.784,00       | 764,00             | 2.548,00     |
| Copo   | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Crachá   | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Cupom  | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Decoração de vitrine   | 1.448,00       | 620,00             | 2.068,00     |
| Deflector solar  | 288,00         | 124,00             | 412,00       |



PREFEITURA MUNICIPAL DE  
**VÁRZEA GRANDE**

*amar • cuidar • acreditar*

|                                       |                |                    |              |
|---------------------------------------|----------------|--------------------|--------------|
| Diploma                               | 504,00         | 210,00             | 714,00       |
| Display de balcão/vitrine             | 504,00         | 210,00             | 714,00       |
| Display de porta de gôndola           | 504,00         | 210,00             | 714,00       |
| Etiqueta                              | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Estandarte                            | 441,00         | 189,00             | 630,00       |
| Faixa de gôndola                      | 441,00         | 189,00             | 630,00       |
| Ficha de inscrição                    | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Fita de cabeça/pulso                  | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Flâmula                               | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Folder/broadside (por dobra)          | 504,00         | 210,00             | 714,00       |
| Folheto de oferta F/V                 | 792,00         | 530,00             | 1.322,00     |
| Guardanapo                            | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Guarda-sol                            | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Lenço                                 | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Leque                                 | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Logomarca promocional                 | 2.124,00       | 1.416,00           | 3.540,00     |
| Logotipo promocional                  | 1.605,00       | 1.070,00           | 2.675,00     |
| Mala direta simples                   | 504,00         | 210,00             | 714,00       |
| Marcador de página                    | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Medalha                               | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Móvil                                 | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Panfletto/volante simples             | 441,00         | 189,00             | 630,00       |
| Pasta                                 | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Porta copo                            | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Pôster                                | 441,00         | 89,00              | 630,00       |
| Réguas                                | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Risque-rabisque                       | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Sacola                                | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Santinho                              | 504,00         | 210,00             | 714,00       |
| Selo                                  | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Stand para feiras                     | 2.450,00       | 1.050,00           | 3.500,00     |
| Toalha                                | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| Troféu                                | 1.281,00       | 549,00             | 1.830,00     |
| Uniforme                              | 611,00         | 262,00             | 873,00       |
| Viseira                               | 288,00         | 124,00             | 412,00       |
| <b>Mídia Exterior</b>                 |                |                    |              |
| <b>Peça</b>                           | <b>Criação</b> | <b>Finalização</b> | <b>Total</b> |
| Abrigo de ônibus                      | 386,00         | 166,00             | 552,00       |
| Backbus                               | 748,00         | 320,00             | 1.068,00     |
| Busdoor                               | 504,00         | 210,00             | 714,00       |
| Faixa de rua                          | 188,00         | 84,00              | 272,00       |
| Gradil                                | 386,00         | 166,00             | 552,00       |
| Outdoor – de 16 e 32 páginas          | 853,00         | 369,00             | 1.215,00     |
| Painel (trifase/backlight/frontlight) | 853,00         | 369,00             | 1.215,00     |
| Placa de esquina                      | 320,00         | 135,00             | 455,00       |
| Placa comemorativa                    | 188,00         | 84,00              | 272,00       |
| Placa de obra                         | 320,00         | 135,00             | 455,00       |
| Placa de estrada                      | 853,00         | 369,00             | 1.215,00     |
| Protetor de árvores                   | 188,00         | 84,00              | 272,00       |



PREFEITURA MUNICIPAL DE  
**VÁRZEA GRANDE**

*amar • cuidar • acreditar*

|                                |                       |                  |              |
|--------------------------------|-----------------------|------------------|--------------|
| Taxidoor                       | 504,00                | 210,00           | 714,00       |
| <b>Serviço Adicional</b>       |                       |                  |              |
|                                |                       |                  | <b>Total</b> |
| Cópia de CD                    |                       |                  | 18,00        |
| Cópia de fita betacam          |                       |                  | 106,00       |
| Cópia de fita K-7              |                       |                  | 10,00        |
| Cópia de fita U-matic          |                       |                  | 52,00        |
| Cópia de fita VHS              |                       |                  | 17,00        |
| Fotos – evento (cada)          |                       |                  | 13,00        |
| Fotografias em estúdio (cada)  |                       |                  | 238,00       |
| Fotografias com externa (cada) |                       |                  | 273,00       |
| Fotografias – ofertas (cada)   |                       |                  | 5,00         |
| Gráficos (cada)                |                       |                  | 362,00       |
| Ilustração (cada)              |                       |                  | 282,00       |
| Mapa de localização simples    |                       |                  | 480,00       |
| Mapa de localização ilustrado  |                       |                  | 1.310,00     |
| Pre-release (por lauda)        |                       |                  | 222,00       |
| <b>Edição Eletrônica</b>       |                       |                  |              |
|                                |                       |                  | <b>Total</b> |
| Digitação de textos            |                       |                  | 59,00        |
| Por lauda até 1.200 toques     |                       |                  | 105,00       |
| Outros idiomas                 |                       |                  | + 50%        |
| <b>Scanner</b>                 |                       |                  |              |
|                                |                       |                  | <b>Total</b> |
| Papel (até 20 x 30cm)          |                       |                  | 15,00        |
| Cromo (até 20 x 30cm)          |                       |                  | 15,00        |
| <b>Retoque de Imagens</b>      |                       |                  |              |
|                                |                       |                  | <b>Total</b> |
| Por hora de serviço            |                       |                  | 95,00        |
| Valorização de logotipos       |                       |                  |              |
|                                |                       |                  | <b>Total</b> |
| Valor Mínimo                   |                       |                  | 86,00        |
| <b>Print</b>                   |                       |                  |              |
| <b>Papel</b>                   | <b>Total Colorido</b> | <b>Total P/B</b> |              |
| AA Formato A3                  | 53,00                 | 19,00            |              |
| AA Formato A4                  | 24,00                 | 10,00            |              |
| Papel Fotográfico Formato A2   | 60,00                 | 23,00            |              |
| Papel Fotográfico Formato A3   | 56,00                 | 22,00            |              |

1. Os custos internos serão cobrados conforme o que dispõem os itens 3.6 e 3.8 das Normas Padrão do CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão: do relacionamento Comercial entre Anunciantes, Agências de Publicidade e Veículos de Comunicação, de acordo com a Lei 4.680/65 e aos Decretos 57.690/66 e 2.262/97, aprovados pelo CADE — Conselho de Administração e Defesa Econômica em dezembro/2000. São compostos dos custos de criação, redação, montagem, adicionados dos demais recursos utilizados para



a confecção do ciente, como: digitalização de imagens (scanner), digitação de textos, retoque de imagens, vetorização de logotipos, prints, saldas em disquetes, etc.

2. Nos casos de nova montagem de peça — anúncio, VT, spot — cada montagem será cobrada a razão de 30% do valor estabelecido nesta tabela.
3. A agência cobrará o ISS devido sobre seus honorários.
4. Serão debitados ao cliente, pelo preço de custo, sem incidência de honorários ou ISS, todos os gastos efetuados e previamente autorizados e comprovados, para o bom desempenho dos serviços. Esses gastos, referem-se a viagens, estadias, transporte, alimentação comunicação em geral.
5. O cliente liquidará, à vista, as notas de honorários e de despesas apresentadas pela Agenda, prevalecendo, porém o prazo de vencimento das faturas de serviços de terceiros.
6. Sempre que os serviços solicitados pelo cliente e executados pela agência não sejam realizados, veiculados ou sejam cancelados, a Agenda os cobrará de acordo com esta tabela, a fim de ressarcir suas despesas com planejamento layout, confecção, etc.
7. Sobre os serviços de terceiros, devidamente aprovados pelo cliente, a agência cobrará honorários de produção de 15% sobre o valor das faturas.
8. Clientes que desejarem realizar concorrência entre agências deverão ser informados que serão cobrados custos de criação de peças solicitadas/apresentadas.
9. Serviços solicitados e não finalizados no prazo de 30 dias sofrerão cobrança do custo de criação.



PREFEITURA MUNICIPAL DE  
**VÁRZEA GRANDE**

*amar • cuidar • acreditar*

## ANEXO X



PREFEITURA MUNICIPAL DE  
**VÁRZEA GRANDE**



## AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA N. 03/2017

Processo n. 410157/2016. O Município de Várzea Grande, Estado de Mato Grosso, por meio da Comissão Especial de Licitação designada pela Portaria n.013/SECOM/2017, torna público, para conhecimento dos interessados, que fará realizar licitação na modalidade de Concorrência Pública n. 03/2017, do tipo **TÉCNICA e PREÇO**, tendo como objeto: **CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE PROJETOS E CAMPANHAS COM O FIM ESPECÍFICO DE DIVULGAÇÃO DAS AÇÕES DA PREFEITURA MUNICIPAL DE VÁRZEA GRANDE, CONFORME CONDIÇÕES E ESPECIFICAÇÕES CONSTANTES DESTE EDITAL, DO TERMO DE REFERÊNCIA E ANEXOS**, com realização prevista para o dia **23 de maio de 2017**, às **08h30min** (horário de Mato Grosso). O Edital completo está à disposição aos interessados, na Prefeitura Municipal de Várzea Grande – Secretaria Municipal de Comunicação, nos dias úteis das 08h00min às 12h00min e das 14h00min as 18h00min, sito à Avenida Castelo Branco, 2500 – Várzea Grande/MT. Disponível gratuitamente no site: [www.varzeagrande.mt.gov.br](http://www.varzeagrande.mt.gov.br).

Várzea Grande-MT, 31 de março de 2017.

**Pedro Marcos Campos Lemos**  
Secretário Municipal de Comunicação