



Prefeitura de Joinville

EDITAL SEI Nº 4918884/2019 - SECOM.NAD

Joinville, 25 de outubro de 2019.

CONCORRÊNCIA Nº 01/2019

O Município de Joinville, com sede na Avenida Hermann August Lepper, nº 10, Saguazu, Joinville/SC – CEP 89.221-005, por intermédio da Secretaria de Comunicação, torna público que fará realizar licitação na modalidade de **CONCORRÊNCIA**, sob o regime de execução indireta de empreitada por preço unitário, do tipo **MELHOR TÉCNICA**, destinada a seleção e contratação de agências de publicidade e/ou propaganda, para a prestação de serviços de propaganda e publicidade, por lotes, para a administração direta e indireta, a ser regido pela Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e alterações posteriores, Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, pelo Regulamento aprovado pelo Decreto nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, alterado pelo Decreto nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002, Decreto Municipal nº 20.852, de 25 de junho de 2013, Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010 e, no que couber, as atuais Normas-Padrão da Atividade Publicitária, aprovadas em 16 de dezembro de 1998, e o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006 e alterações posteriores e demais normas federais, estaduais e municipais vigentes e condições a seguir:

1 – DATAS, LOCAIS E HORÁRIOS

1.1 – Os invólucros contendo as Propostas Técnicas e de Preços serão recebidos no dia, local e horário abaixo mencionados e abertos conforme procedimentos descritos no Edital pela Comissão Especial de Licitação e Subcomissão Técnica.

1.2 – Os invólucros serão recebidos no dia 16/12/2019 às 09h, na Sala de Licitações, sito a Rua Coelho Neto, 255, 1º Andar, Bairro Santo Antônio, Joinville/SC, CEP 89218-015.

1.3 – Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Especial de Licitação.

1.4 – Não será concedida prorrogação de prazo para a apresentação dos documentos de habilitação e da proposta.

1.5 – Se no dia previsto para apresentação da documentação e sua abertura não houver expediente na Prefeitura Municipal de Joinville, a mesma será recebida e aberta no primeiro dia útil de funcionamento que se seguir, obedecendo ao horário definido no item 1.2 do edital.

2 – DO OBJETO

2.1 – Esta licitação tem por objeto a contratação de agências de propaganda e/ou publicidade para a prestação de serviços de publicidade e propaganda, correspondentes ao estudo, ao planejamento, à conceituação, à concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição

de campanhas de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação; 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; elaboração e registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos identificadores, bem como programação visual; execução de ações de consultoria técnica; execução de serviços de promoção, não compreendidos como apoios e patrocínios (em conformidade ao disposto no art. 27 do Decreto Municipal nº 20.852, de 25 de junho de 2013) e, demais serviços inerentes à atividade publicitária, destinados ao atendimento das necessidades de comunicação da Administração Municipal.

2.2 – O objeto da presente Concorrência encontra-se dividido em 07 (sete) lotes, de acordo com a especificação constante do Anexo I - Briefing, parte integrante deste Edital.

3 – DOS RECURSOS PARA ATENDER AS DESPESAS

3.1 – A presente licitação, dividida por 07 (sete) lotes, compreende os seguintes órgãos e entidades, assim especificados:

Lote	Função de Governo	Órgãos Envolvidos
1	Função Estratégica	Gabinete do Prefeito, Gabinete do Vice-Prefeito, Secretaria de Governo, Secretaria de Administração e Planejamento, Secretaria da Fazenda, Procuradoria Geral do Município, Secretaria de Gestão de Pessoas, Secretaria de Comunicação, Instituto de Previdência Social dos Servidores do Município de Joinville
2	Saúde, SAS e Sehab	Secretaria de Saúde, Hospital Municipal São José, Secretaria de Assistência Social e Secretaria de Habitação
3	Educação e Sama	Secretaria da Educação e Secretaria de Agricultura e Meio Ambiente
4	Cultura, Rádio, Turismo e Esporte	Secretaria de Cultura, Fundação Cultural de Joinville, Turismo e Secretaria de Esportes.
5	Infraestrutura	Subprefeituras e Secretaria de Infraestrutura Urbana
6	Seprot, Detrans e Sepud	Secretaria de Proteção Civil e Segurança Pública, Departamento de Trânsito e Secretaria de Planejamento Urbano e Desenvolvimento Sustentável
7	Saneamento Básico	Companhia Águas de Joinville

3.2 – A previsão orçamentária para a execução dos serviços contratados, por lote, pelo período de 12 meses, encontra-se definida da seguinte forma:

Lote	Origem dos Recursos	Valores referentes ao período de 12 meses (R\$)	Recurso Orçamentário
1	Secretaria de Comunicação	R\$ 3.500.000,00	314-0.57001.24.131.4.2.2212.0.339000
2	Secretaria de Comunicação	R\$ 2.000.000,00	314-0.57001.24.131.4.2.2212.0.339000
3	Secretaria de Comunicação	R\$ 3.000.000,00	314-0.57001.24.131.4.2.2212.0.339000

4	Secretaria de Comunicação	R\$ 3.000.000,00	314-0.57001.24.131.4.2.2212.0.339000
5	Secretaria de Comunicação	R\$ 2.500.000,00	314-0.57001.24.131.4.2.2212.0.339000
6	Secretaria de Comunicação	R\$ 1.500.000,00	314-0.57001.24.131.4.2.2212.0.339000
7	Companhia Águas de Joinville	R\$ 3.000.000,00	Conta Contábil 570 – Propaganda e Publicidade; Centro de Custo 9 - Presidência

3.3 – A previsão orçamentária dos órgãos da Administração Pública Direta, para a primeira etapa de vigência dos contratos, relativa ao exercício de 2019, já encontra-se consignada no Orçamento da Secretaria de Comunicação.

3.3.1 – Para a etapa remanescente, relativa ao exercício de 2020 e demais períodos subsequentes, somente será permitida, respectivamente, a execução dos serviços e a prorrogação dos prazos de vigência contratual, se houver dotação orçamentária suficiente para suprir as despesas decorrentes.

3.4 – As sociedades de economia mista, autarquias, fundações e demais entidades controladas direta ou indiretamente pelo Município, para os períodos subsequentes, provisionarão, nas suas respectivas peças orçamentárias, os recursos necessários para permitir as prorrogações de prazos da vigência contratual.

3.5 – Em nenhuma hipótese serão autorizadas despesas sem a competente previsão orçamentária.

3.6 – O Município reserva-se o direito de, a seu exclusivo juízo, utilizar ou não a totalidade da verba prevista, por lote, para a execução dos serviços de publicidade.

4 – DA DOCUMENTAÇÃO DISPONÍVEL (anexos)

4.1 – Os documentos relacionados a seguir fazem parte integrante deste processo:

4.1.1 – Anexo I – Briefing.

4.1.2 – Anexo II – Minuta do contrato - Prefeitura de Joinville.

4.1.3 – Anexo III - Minuta do contrato - Companhia Águas de Joinville.

4.1.4 – Anexo IV – Declaração de que o proponente cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal.

4.1.5 – Anexo V:

a) Tabela SINAPRO;

b) Normas Padrão da Atividade Publicitária;

4.1.6 – Anexo VI – Termo de Confidencialidade – Subcomissão Técnica.

5 – DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

5.1 – Poderão participar desta licitação os interessados que atenderem as exigências estabelecidas neste Edital.

5.2 – Não será admitida a participação de proponentes:

5.2.1 – Em consórcio;

5.2.2 – Em falência ou concordata, que se encontre em processo de recuperação judicial ou extrajudicial, sob concurso de credores, em dissolução ou em liquidação;

5.2.3 – Punidos com suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração, inscritos ou não no Cadastro Central de Fornecedores do Município de Joinville, durante o prazo estabelecido para a penalidade;

5.2.4 – Que tenha sido declarado inidôneo por qualquer órgão da Administração direta ou indireta, com qualquer órgão PÚBLICO FEDERAL, ESTADUAL, MUNICIPAL ou do DISTRITO FEDERAL;

5.2.5 – Cujos diretores, gerentes, dirigentes (responsáveis técnicos ou legais), sócios e empregados, suas equipes técnicas, assim como, dentre eventuais subcontratados, sejam servidores, dirigentes ou ocupantes de cargo ou emprego na Administração Pública Municipal, direta ou indireta;

5.2.6 – Cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto da licitação;

5.3 – Nenhuma proponente poderá participar desta Concorrência com mais de uma proposta, exceto quanto aos lotes, dos quais poderá participar de um ou mais, mediante a apresentação de propostas técnicas e de preços específicas para cada um;

5.4 – A participação na presente licitação implica: na aceitação plena e irrevogável de todas as condições expressas neste Edital e em seus anexos; na observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor; e na responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e documentos apresentados em qualquer fase do processo.

6 – DA FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS E PROPOSTAS

6.1 – As Propostas Técnicas e de Preços de cada um dos lotes em que o proponente pretende competir e os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados à Comissão Especial de Licitação em envelopes distintos e separados, na forma a seguir discriminada.

6.1.1 – O Envelope nº 1 será apresentado sem fechamento e os demais serão fechados e rubricados no fecho.

6.1.2 – **A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em três Envelopes distintos:**

6.1.3 – **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, no Envelope nº 1:

6.1.3.1 – O Envelope destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido previamente pela Comissão Especial de Licitação, no endereço Rua Araranguá, 397, 2º Andar, Bairro América, Joinville/SC, CEP 89.204-310, sem nenhum tipo de identificação.

6.1.3.2 – O **Envelope nº 1**, Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia), não poderá ter nenhuma identificação na parte externa, para preservar – *até a abertura do Envelope nº 2* – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária.

6.1.3.3 – A Comissão Especial de Licitação só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no Envelope nº 1 fornecido obrigatoriamente pela Secretaria de Comunicação do Município, a pedido do proponente interessado na presente licitação.

6.1.3.4 – O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser redigido em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma, para preservar o sigilo quanto à sua autoria:

- a) em papel A4, branco com 75 gr/m² a 90 gr/m²; orientação retrato;
- b) com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- c) sem recuos nos parágrafos e linhas subseqüentes;
- d) com textos justificados;
- e) sem linhas em branco;
- f) com espaçamento “1,00” (simples) entre as linhas;
- g) com texto na cor preta com fonte “arial”, estilo “normal”, tamanho “12 pontos”;
- h) com letra maiúscula apenas no início de frase, no início de nomes próprios e em siglas;
- i) sem negrito, itálico e sublinhado;
- j) com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página na cor preta, com fonte “arial”, estilo “normal”, tamanho “12 pontos”;
- k) em caderno único, grampeado no canto superior esquerdo, sendo que, a última página deverá conter somente a tabela prevista no subitem 8.6, alínea “b”, deste edital;
- l) sem identificação do proponente;
- m) com identificação do lote na primeira página, na primeira linha, em algarismos arábicos, na margem superior direita, da seguinte forma: Lote nº ..;

- n) abertura do texto da proposta com Raciocínio Básico, escrito na segunda linha, na margem esquerda;
- o) iniciar a descrição da proposta na terceira linha, margem esquerda.

6.1.3.5 – Não serão permitidas linhas em branco no decorrer da **Proposta Técnica - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**(Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia).

6.1.3.6 – O Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada** deverá ser descrito sob a forma de roteiros e textos e não poderá ter tabelas, gráficos, sombreados, destaques ou outros elementos.

6.1.3.7 – O Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada** não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria.

6.1.3.8 – A comissão Especial de Licitação não receberá o Envelope nº 1 que tenha sido danificado no manuseio/transporte ou deformado pelas peças e demais documentos nele acondicionados.

6.1.3.9 – O Envelope nº 1 deverá ser retirado pela interessada, no horário das 08h às 17h, junto à Comissão Especial de Licitação no seguinte endereço: Rua Araranguá, 397, 2º Andar, Bairro América, Joinville/SC, CEP 89.204-310

6.1.4 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, no Envelope nº 2, a saber:

Concorrência nº 01/2019 – SECOM

Envelope nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - VIA IDENTIFICADA (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia)

Lote nº xx

(Nome da empresa e CNPJ do proponente)

6.1.4.1 – O Envelope nº 2 será providenciado pelo proponente e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

6.1.4.2 – O Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**, deverá constituir-se em uma cópia da via não identificada com a identificação do proponente e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação do proponente, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

6.1.5 – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, no Envelope nº 3, a saber:

Concorrência nº 01/2019 – SECOM

Envelope nº 3

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

(Nome da empresa e CNPJ do proponente)

6.1.5.1 – O Envelope nº 3 será providenciado pelo proponente e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

6.1.5.2 – O Envelope nº 3 e os documentos nele acondicionados (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) deverão ter a identificação do proponente e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais.

6.1.5.3 – O Envelope nº 3 e os documentos nele acondicionados não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que permita identificar a autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2.

6.1.5.4 – O proponente deverá apresentar um único Envelope nº 3, contendo a capacidade de atendimento (subitem 8.3), o repertório (subitem 8.4) e os relatos de soluções de problemas de comunicação também chamados de cases histories (subitem 8.5), válidos para todos os lotes que pretende competir.

6.1.6 – A Proposta de Preços deverá ser acondicionada no **Envelope nº 4**, a saber:

Concorrência nº 01/2019 – SECOM**Envelope nº 4****Proposta de Preços****Lote nº xx****(Nome da empresa e CNPJ do proponente)**

6.1.6.1 – O Envelope nº 4 será providenciado pelo proponente e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

6.1.6.2 – As propostas de preços, relativas a cada um dos lotes de interesse do proponente, deverão ser apresentadas em papel que o identifique, numerada sequencialmente, redigida em língua portuguesa – *exceto no caso de expressões de uso corrente* – com clareza, sem emendas ou rasuras, datada, assinada ao término de cada componente da proposta e rubricada nas demais por quem detenha poderes de representação do proponente, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado, de acordo com os termos do subitem 9.3 deste Edital.

6.1.7 – Os **Documentos de Habilitação** deverão ser acondicionados no **Envelope nº 5**, a saber:

Concorrência nº 01/2019 – SECOM**Envelope nº 5****Documentos de Habilitação****(Nome da empresa e CNPJ do proponente)**

6.1.7.1 – O Envelope nº 5 será providenciado pelo proponente e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

6.1.7.2 – **Será apresentado somente um envelope de documentos para a fase de habilitação, mesmo no caso de participação do proponente em mais de um lote.**

6.2 – O proponente deverá apresentar declarações – *sob pena de sofrer as sanções inerentes* – na entrega dos envelopes das propostas técnicas e de preço (as declarações deverão estar fora dos envelopes):

a) de que inexistem fatos impeditivos de sua habilitação no presente processo licitatório e de que está ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores;

b) de que aceita plenamente as condições expressas neste Edital e em seus anexos.

7 – DO CREDENCIAMENTO PARA PARTICIPAR DO CERTAME

7.1 – Em data e horário estabelecidos para a realização da sessão pública da Concorrência, o proponente interessado ou seu representante deverá credenciar-se e, no caso de representante, este deverá comprovar os necessários poderes para prática de todos os atos relativos ao certame.

7.1.1 – Para comprovar a condição de interessado ou a qualidade de representante do licitante, a pessoa entregará à Comissão Especial de Licitação, fora dos invólucros, os seguintes documentos:

a) Cópia de documento de identidade de fé pública;

b) Se representante (preposto/procurador): procuração pública ou particular, com poderes específicos para representar o interessado na licitação em todas as suas fases, e todos os demais atos, em nome do proponente e cópia autenticada do contrato social, estatuto ou ata de eleição do dirigente do proponente;

c) Se dirigente/proprietário: cópia autenticada do contrato social, estatuto ou ata de eleição do dirigente do proponente.

7.1.2 – Os documentos devem ser apresentados em original ou em cópia autenticada por cartório competente ou por membro da Comissão Especial de Licitação, ou publicação em órgão da imprensa oficial.

7.2 – Os proponentes deverão se fazer presentes na sessão pública da Concorrência, no horário fixado no item 1 deste Edital para o credenciamento.

7.3 – Tão somente a pessoa credenciada, que atenda ao item 7.1, poderá intervir no procedimento licitatório, sendo admitido, para esse feito, um único representante por proponente interessado.

7.4 – Nenhuma pessoa, ainda que munida de procuração, poderá representar mais de uma empresa neste certame, sob pena de exclusão sumária de ambos os licitantes representados.

8 – DA PROPOSTA TÉCNICA (Envelope nº 1, nº 2 e nº 3)

8.1 – A Proposta Técnica, apresentada no Envelope nº 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, Envelope nº 2- Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, será constituída de plano de comunicação para campanha publicitária simulada – uma para cada lote –, e Envelope nº 3: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

8.2 – Quanto ao plano de comunicação publicitária - campanha simulada: A agência deverá apresentar um plano de comunicação para cada lote que participar, observando o tema e outras informações constantes no Briefing (Anexo I), deste Edital. A campanha simulada deverá ser apresentada de acordo com os seguintes quesitos técnicos:

8.2.1 – Raciocínio básico: Apresentação de texto em, no máximo, três páginas de papel tamanho A4, em que o proponente exporá seu entendimento do problema de comunicação definido no Briefing (Anexo I).

8.2.2 – Estratégia de comunicação publicitária: Apresentação de texto em, no máximo, três páginas de papel tamanho A4, no qual o proponente deverá explorar o conceito e o partido temático que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar o problema de comunicação apresentado no Briefing (Anexo I), formulando a defesa dessa opção.

8.2.3 – Ideia criativa: Apresentação em, no máximo seis páginas de papel tamanho A4, de síntese da estratégia de comunicação publicitária expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, descritas sob a forma de roteiros e textos, limitada a seis, sendo três por tipo de mídia e três por tipo de não mídia. Faz parte da ideia criativa a frase síntese (slogan) e as peças que a corporificam.

8.2.3.1 – Não será admitido, para este quesito, a apresentação de layout.

8.2.4 – Estratégia de mídia e não mídia: Exposição na forma de texto em, no máximo, três páginas de papel tamanho A4, no qual o proponente deverá, com base em informações extraídas do Briefing e tendo como parâmetro a verba referencial estimada para a campanha (Anexo I), demonstrar:

a) conhecimento e análise dos meios de comunicação e hábitos dos diversos segmentos de público a serem atingidos pela campanha;

b) os planos de distribuição de todas as peças previstas na campanha, contendo a estratégia e tática de mídia e não mídia que justifiquem as opções escolhidas.

8.2.4.1 – Para fins desta concorrência consideram-se como não mídia, meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

8.3 – Quanto à comprovação da capacidade de atendimento: A comprovação da capacidade de atendimento deverá ser através de:

a) quantificação e qualificação dos profissionais do proponente, demonstrado através de currículo sintético, que informe o nome, formação, tempo de função, experiência, bem como, a área de atuação em que serão disponibilizados para a execução dos serviços, tais como: estudo e planejamento, criação, produção, mídia e atendimento;

b) sistemática de atendimento, detalhando as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento do proponente, na execução do contrato, abrangendo os prazos necessários, em condições normais de trabalho, para a criação de campanha e a elaboração de plano de mídia;

c) descrição das instalações, infraestrutura e recursos materiais disponíveis para a execução do contrato;

d) relação dos clientes atuais da agência, por ordem cronológica, indicando o ramo de atividade e a data do início do atendimento.

8.3.1 – Não há limitação do número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

8.4 – Quanto à apresentação do repertório: O repertório traduz-se com a apresentação do conjunto de trabalhos efetivamente produzidos e veiculados pelo proponente, constituído de uma campanha publicitária completa, com todas as suas peças, atendido o seguinte:

a) o trabalho apresentado deve ser acompanhado obrigatoriamente de ficha técnica, com identificação do proponente, informando título, data ou período de veiculação, o problema de comunicação que se propôs a resolver e a indicação de, pelo menos, um veículo que o exibiu;

- b) vídeos deverão ser apresentados em DVD e os spots e/ou jingles em CD;
- c) material gráfico deverá ser apresentado na forma original ou através de redução.

8.4.1 – Não há limitação do número de páginas para apresentação do Repertório.

8.5 – Quanto aos relatos de soluções de problemas de comunicação: Os relatos de soluções de problemas de comunicação, também chamados de *cases histories*, deverão ser apresentados com, no máximo, dois relatos sobre soluções de problemas de comunicação, cada um com 2 (duas) páginas, expressamente referendados pelos respectivos anunciantes. É permitida a inclusão de até cinco peças de qualquer tipo para cada *case history*.

8.6 – Instruções relativas ao **plano de comunicação publicitária - simulação de campanha**, que deverá atentar para as seguintes observações:

a) fica a critério do proponente a definição das praças a serem consideradas na simulação da campanha publicitária e de mídia. Entretanto, o período máximo de veiculação constante no respectivo lote, especificado no Briefing, deverá ser obedecido;

b) para o cálculo da distribuição dos custos de produção e veiculação da campanha simulada, o proponente utilizará como referência a verba correspondente ao lote (Anexo I), apresentando-os conforme dispõe a tabela abaixo: **Anexo Único da Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e da Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária– Via Identificada:**

Proposta Técnica					
Anexo Único					
Plano de Comunicação Publicitária					
MEIO	PEÇAS Qtde	CUSTOS (R\$)			VALOR TOTAL (R\$)
		Internos	Terceiros	Honorários	
Televisão					
Rádio					
Jornal					
Revista					
Outdoor					
Internet					
Impressos					
Outros					
Total dos custos de produção					
Total dos custos de veiculação (incluído o desconto da agência)					
TOTAL GERAL					

c) a tabela referida na alínea “b” deste item, não poderá ser alterada quanto a sua estrutura e nomenclatura de seus itens, e deverá ser preenchida apenas com números.

d) será disponibilizado no site do Município, no link em que poderá ser acessado o Edital, o modelo da tabela a ser preenchida (Anexo Único da Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Não

Identificada e da Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada).

d.1) A referida tabela, última página da proposta, deverá ser impressa na parte superior da folha, que não poderá ser numerada, com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda.

e) na formulação deste quesito – campanha simulada, as concorrentes deverão obrigatoriamente utilizar-se dos valores da Tabela Referencial de Preços nº 41, do SINAPRO/SC, aplicando desconto de, no mínimo, 20% (vinte por cento);

f) na simulação de mídia o proponente deve considerar os valores reais das tabelas de preços dos veículos de comunicação;

g) não serão admitidos descontos ou eventuais benefícios decorrentes de programas de incentivos oferecidos por veículos de comunicação;

h) com referência a cada uma das campanhas publicitárias simuladas vencedoras, por lote, a Administração poderá, a seu juízo, decidir pela sua produção e veiculação, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

i) será desclassificada a proposta que apresentar valor superior à verba referencial do lote.

8.7 – A proposta técnica deverá ter sua documentação numerada em ordem sequencial.

8.7.1 – Não será permitido sumário na Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia) e na Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia).

8.7.2 – Será permitido sumário nos documentos constantes nos Envelopes nº 3, nº 4 e nº 5.

8.8 – Do atendimento das condições quando o proponente apresentar proposta para mais de um lote:

8.8.1 – É assegurado aos proponentes o direito de apresentar proposta técnica para um ou mais lotes em que estiverem interessados em participar apresentando as propostas em Envelopes individualizados (Envelope nº 1 e nº 2), para cada lote, atendidos todos os requisitos estipulados neste Edital.

9 – DA PROPOSTA DE PREÇOS (Envelope nº 4)

9.1 – A proposta de preços apresentada pelo proponente no Envelope nº 4, deverá ser constituída de:

a) Declaração do proponente de que, durante a vigência do contrato, concederá desconto sobre os preços dos serviços previstos na Tabela Referencial de Preços nº 41 – SINAPRO/SC, observado o disposto no subitem 13.1 deste Edital. O referido percentual de desconto ofertado pela agência deverá ser consignado nessa declaração;

b) Declaração expressa oferecendo o percentual sobre a remuneração das agências, no tocante aos honorários especiais, constantes da alínea “c” do item 14.1;

c) Declaração concordando com os percentuais legais sobre a remuneração das agências, no tocante ao especificado nas alíneas “b” e “d” do item 14.1;

d) Declaração concordando, expressamente, que os preços não previstos na Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/SC, serão pagos conforme estabelecido no subitem 13.2 deste Edital;

e) Declaração de que se compromete a transferir para o órgão contratante toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e fornecedores;

f) Declaração de que se compromete a estabelecer negociação dos preços, com vistas à obtenção da máxima vantagem, a ser transferida para o órgão contratante, com referência a:

f.1) cachê de atores e modelos, na reutilização de peças publicitárias;

f.2) custos de serviços especiais, tais como, promoção, desenvolvimento de produtos e serviços, registro de marcas e expressões de propaganda, de comunicação social e outros serviços necessários para a prestação dos serviços;

f.3) valor originário de direitos autorais de obras consagradas, incorporadas a peças, a ser pago pela entidade na reutilização das peças.

g) Declaração constando a validade mínima da proposta e de que aceita renovações sucessivas, por igual período, nos termos do subitem 9.4.

9.2 – Deverão ser observados todos os requisitos estabelecidos para a formulação das propostas de preços, em relação a cada lote, mesmo que repetitivos.

9.3 – Quando interessadas em mais de um lote, os proponentes deverão apresentar as propostas de preços (Envelope nº 4), individualizadas para cada lote, atendidos todos os requisitos expostos neste Edital, inclusive quanto à forma e identificação dos envelopes.

9.4 – A validade da proposta não poderá ser inferior a 60 (sessenta) dias, contados da data limite estabelecida para sua apresentação, a qual será considerada sucessiva e automaticamente renovada, por igual período, até a conclusão do processo licitatório e convocação dos vencedores para assinatura do respectivo contrato.

10 – DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO (Envelope nº 05)

10.1 – Os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos proponentes classificados no julgamento final das propostas, nos termos dos Artigos 6º, inciso I, e 11, inciso XI, da Lei 12.232/2010.

10.1.1 – Todos os documentos relacionados neste item devem ser apresentados em original ou em cópia autenticada por cartório competente ou por membro da Comissão Especial de Licitação, ou publicação em órgão da imprensa oficial.

10.1.2 – Os documentos de habilitação deverão ser apresentados, em uma via, *preferencialmente* numerados, encadernados e rubricados em todas as suas páginas por representante legal do proponente ou preposto.

10.1.3 – Serão aceitos comprovantes obtidos na rede internet, desde que os mesmos tenham sua validade confirmada pela Comissão Especial de Licitação.

10.2 – Os documentos a serem apresentados são:

a) atos constitutivos estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrados, ou o registro público de empresário individual e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documento de eleição de seus administradores, com a comprovação de publicação na imprensa da ata arquivada, bem como das alterações, caso existam, e, no caso de sociedades simples, acompanhados de prova de diretoria em exercício;

b) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);

c) prova de Cadastro de Contribuintes do ICMS (Fazenda Estadual), relativo ao domicílio ou sede do proponente, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da licitação, ou declaração de que não recolhe tributos estaduais, sendo, portanto isenta da Inscrição Estadual;

d) Prova de inscrição Municipal, relativo ao domicílio ou sede do proponente, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da licitação;

e) Certidão Negativa de Débitos relativos aos Tributos Federais, à Dívida Ativa da União e às contribuições previdenciárias e as de terceiros;

f) Certidão Negativa de Débitos Estaduais, da sede do proponente;

g) Certidão Negativa de Débitos Municipais, da sede do proponente;

h) Certificado de Regularidade do FGTS;

i) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas, conforme Lei nº 12.440, de 07 de julho de 2011;

j) Certidão Negativa de Falência, Concordata e Recuperação Judicial, expedida pelo distribuidor da sede do proponente, com data não anterior a 60 dias da data constante no preâmbulo deste edital ou a validade constante na mesma, prevalecendo essa última.

k) Balanço Patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrado há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta.

k.1) **As empresas que adotam o Livro Diário**, na forma física, deverão apresentar o Balanço Patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social extraído do próprio Livro Diário, acompanhados dos respectivos termos de abertura e encerramento do mesmo, contendo a assinatura do contador e do titular ou representante legal da empresa e ainda, registrado ou o requerimento de autenticação na Junta Comercial ou registrado no Cartório de Registro;

k.2) **As empresas que adotam o SPED (Sistema Público Escrituração Digital)** deverão apresentar Balanço Patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, extraídos do próprio sistema digital

(SPED), acompanhados dos respectivos termos de abertura e encerramento do mesmo e termo de autenticação ou recibo de entrega de escrituração contábil digital (conforme Decreto Federal nº 8.683/16), preferencialmente vistados em todas as páginas pelo representante legal da empresa;

k.3) O interessado poderá apresentar balanço patrimonial intermediário a fim de demonstrar alteração relevante em sua capacidade econômico-financeira em relação aos dados contidos no balanço patrimonial anterior, tais como eventos supervenientes (fusão, incorporação, cisão etc.);

k.4) O interessado terá a faculdade de apresentar parecer de empresa de auditoria, o que dispensará a Administração de outras investigações;

k.5) O Balanço Patrimonial referente ao último exercício social será aceito somente até 30 de abril do ano subsequente.

l) Para avaliar situação financeira do proponente será considerado o Quociente de Liquidez corrente e grau de endividamento, apurado pelas fórmulas abaixo, cujo cálculo poderá ser demonstrado em documento próprio, devidamente assinado pelo representante legal da empresa.

$$QLC = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE}}$$

cujo resultado deverá ser maior ou igual a 1,00

$$QGE = \frac{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIG. LGO PRAZO}}{\text{ATIVO TOTAL}}$$

cujo resultado deverá ser menor ou igual a 1,00

OBS: Índices justificados de acordo com o § 5º do art. 31 da Lei nº 8.666/93.

m) Atestado de capacidade técnica expedido por pessoas jurídicas de direito público ou privado, comprovando que o proponente tenha executado serviços de características compatíveis com o objeto desta licitação;

n) Certificado de qualificação técnica de funcionamento, em vigor, emitido pelo Conselho Executivo das Normas Padrão – CENP;

o) Declaração do representante legal do proponente de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, conforme Anexo IV do Edital;

p) Comprovação da condição de Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte, através da apresentação da Certidão Simplificada, atualizada no máximo 30 (trinta) dias da data constante no item 1.2 deste edital, expedida pela Junta Comercial, para fins de aplicação dos procedimentos definidos na Lei Complementar nº 123/06;

10.3 – Todos os documentos deverão estar dentro do prazo de validade. Se a validade não constar de algum documento, será considerado válido por um período de 60 (sessenta) dias contados a partir da data de sua emissão.

10.4 – Poderão ser apresentadas Certidões negativas ou positivas com efeito de negativa.

10.5 – As microempresas ou empresas de pequeno porte deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação da regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição, e uma vez declarada vencedora do certame, terá prazo de 05 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração Pública, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

10.5.1 – A não regularização da documentação, no prazo fixado, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas na Lei nº 8.666/93.

11 – DO PROCESSAMENTO DA LICITAÇÃO

11.1 – Serão realizadas quatro reuniões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação em vigor.

11.2 – Serão lavradas atas circunstanciadas de todas as reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da Comissão Especial de Licitação ou da Subcomissão Técnica, conforme o caso, e pelos representantes dos

proponentes presentes.

11.3 – A participação de representante de qualquer proponente dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item 7.1.

11.3.1 – Os representantes dos proponentes presentes poderão nomear uma comissão constituída de alguns entre eles para rubricar os documentos nas diversas reuniões públicas, decisão que constará da respectiva ata.

11.3.2 – A Comissão Especial de Licitação poderá alterar as datas ou as pautas das reuniões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

11.4 – A primeira sessão pública será realizada no local, dia e hora previstos no preâmbulo deste Edital e terá basicamente a seguinte pauta:

- a) identificar os representantes dos proponentes, por meio do documento exigido no item 7.1.
- b) verificar a apresentação das declarações exigidas no item 6.2;
- c) receber os Envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- d) conferir se os Envelopes nº 1 apresentam em sua parte externa alguma menção que identifique o proponente, ocorrência que impedirá a Comissão de receber todos os seus Envelopes;
- e) abrir os Envelopes nº 1 e nº 3.

11.4.1 – Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos Envelopes nº 1 e nº 3, conforme §1º do art. 11 da Lei nº 12.232/2010.

11.4.2 – Os Envelopes padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só serão recebidos pela Comissão Especial de Licitação se forem apresentados sem fechamento, se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar o proponente ou, ainda, se não estiverem danificados ou deformados, conforme disposto no subitem **6.1.3.8**.

11.4.3 – A Comissão Especial de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Envelopes padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

11.4.4 – O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

- a) Abertura do Envelope nº 1, com a via não identificada do plano de comunicação publicitária, e do Envelope nº 3, com a capacidade de atendimento, o repertório e os relatos de soluções de problemas de comunicação;
- b) Encaminhamento dos Envelopes com as vias não identificadas dos planos de comunicação publicitária à Subcomissão Técnica;
- c) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos planos de comunicação publicitária, elaboração da ata de julgamento e encaminhamento à Comissão Especial de Licitação das propostas, da planilha com as pontuações e da justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- d) Encaminhamento dos Envelopes com a capacidade de atendimento, o repertório e os relatos de soluções de problemas de comunicação à Subcomissão Técnica;
- e) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da capacidade de atendimento, do repertório e dos relatos de soluções de problemas de comunicação, elaboração da ata de julgamento e encaminhamento à Comissão Especial de Licitação das propostas da planilha com as pontuações e da justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

11.5 - A segunda sessão pública, que ocorrerá após a fase de julgamento dos Envelopes n.º 01 e 03, sendo devidamente agendada através de ata da Comissão Especial de Licitação, publicada no Diário Eletrônico do Município e no sítio eletrônico do Município, terá como objetivo a apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

- a) identificar os representantes dos proponentes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença.
- b) abertura dos Envelopes com a via identificada (Envelope nº 2) do plano de comunicação publicitária;
- c) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;
- e) proclamação do resultado do julgamento geral das propostas técnicas, registrando-se em ata, uma para cada lote, as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

11.5.1 – Será publicado o resultado, por lote, do julgamento das Propostas Técnicas com a indicação dos proponentes desclassificados e dos classificados, em ordem decrescente de pontuação, no Diário Oficial de Santa Catarina, abrindo-se o prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993;

11.6 – Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de abertura dos envelopes de preços, conforme parágrafo 1º do artigo 11 da Lei n.º 12.232/2010.
- b) Identificar os representantes dos proponentes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- c) Abrir o Envelope nº 4, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes dos proponentes presentes ou por comissão por eles indicada;
- d) Examinar o cumprimento, pelos proponentes, das exigências fixadas neste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las;
- e) Identificar, por lote, as propostas de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes dos proponentes presentes;
- e.1) Considerar-se-á proposta de menor preço a proposta que obtiver maior pontuação na seguinte soma:

$$S = D + (100 - HE)$$

sendo,

S: soma de pontuação

D: percentual de desconto ofertado conforme item 9.1 "a"

HE: percentual de honorários especiais ofertados conforme item 9.1 "b"

f) Realizar com os proponentes mais bem-classificados, em cada lote, na fase da Proposta Técnica – caso não tenha apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº 8.666/93, art. 46, § 1º, inciso II, tendo como referência a Proposta de menor preço entre os proponentes classificados;

g) Realizar procedimento idêntico, no caso de impasse na negociação anterior, sucessivamente com os demais proponentes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação;

11.6.1 – Será publicado o resultado do julgamento da Proposta de Preço com a indicação da ordem de classificação organizada pelo nome dos proponentes, no Diário Oficial de Santa Catarina, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993;

11.7 – Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes dos proponentes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Receber e abrir o Envelope nº 5, dos proponentes classificados no julgamento final das propostas, cujos documentos de habilitação serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes dos proponentes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) Examinar o cumprimento, pelos proponentes, das exigências fixadas neste Edital quanto à habilitação e habilitar as empresas classificadas nas etapas anteriores;

11.7.1 – Será publicado o resultado da habilitação com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, no Diário Oficial de Santa Catarina, abrindo-se prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea “a” do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

11.7.2 – Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação, encaminhará ao Secretário de Comunicação, que após sua apreciação homologará ou não o resultado e, assim, aprovará ou não a adjudicação do objeto desta concorrência aos vencedores.

11.8 – Os Envelopes não abertos dos proponentes desclassificados ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias, contados do encerramento da licitação. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, a Secretaria de Comunicação providenciará sua destruição.

12 – DO JULGAMENTO

12.1 – Julgamento da Proposta Técnica:

12.1.1 – As propostas técnicas apresentadas pelos proponentes, separadas por lotes, primeiramente, serão examinadas para estabelecer o cumprimento das condições prescritas neste Edital e em seus anexos.

12.1.2 – Será desclassificada a proposta técnica que se enquadrar em qualquer uma das seguintes situações:

- a) Não satisfizer as exigências fixadas neste Edital e seus anexos;
- b) Não obtiver a pontuação mínima geral, igual a 2.100 (dois mil e cem) pontos, ou seja, 70% (setenta por cento) do total de pontos possíveis.
- c) Obteve pontuação zero em qualquer um dos quesitos.

12.2 – Como critérios de julgamento serão considerados pela Subcomissão Técnica as seguintes características pertinentes aos quesitos técnicos a que se referem:

12.2.1 – Raciocínio básico: Acuidade da compreensão em relação:

- a) As características da função de governo focalizada, relevantes para a comunicação;
- b) A natureza, extensão e qualidades das relações do Governo Municipal com o seu público referencial, levando em consideração a função de governo a que se refere;
- c) Ao papel do Governo Municipal no atual contexto sócio-político-econômico, tomando por base a função de governo focalizada;
- d) Aos problemas – geral e específico – de comunicação do Governo Municipal, tendo em conta a função de governo em que se baseia.

12.2.2 – Estratégia de comunicação: Demonstração de:

- a) Adequação do conceito proposto ao Governo Municipal, considerando a função de governo a que diz respeito, a sua natureza, bem como as suas qualificações e problemas, considerado o Briefing (Anexo I);
- b) Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto que viabilizem a comunicação do Governo Municipal com seu público, levando em consideração a função de governo a que se refere e o tema anunciado no Briefing;
- c) A consistência e a pertinência da argumentação formulada pelo proponente em defesa de sua proposição.

12.2.3 – Ideia criativa: Deve-se observar:

- a) sua adequação ao objetivo final do problema de comunicação enunciado (tema) e aos objetivos estratégicos de comunicação do Governo Municipal, tendo por base a função de governo a que se refere, segundo o Briefing;
- b) a multiplicidade de leituras que comporta relativamente aos objetivos e fins do Governo Municipal, considerando a função de governo enfocada;
- c) a cobertura dos segmentos de público contemplados pela multiplicidade de leituras;
- d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) a simplicidade da forma de sua apresentação;
- f) sua pertinência às atividades do Governo Municipal relativamente à função de governo enfocada e a sua inserção na sociedade;
- g) os desdobramentos de comunicação que oferece;
- h) a exequibilidade das peças publicitárias.

12.2.4 – Estratégia de mídia e não mídia: Aferida através de:

- a) conhecimento e análise dos meios de comunicação e hábitos dos diversos segmentos de público prioritários;

- b) capacidade analítica determinada pela análise desses hábitos;
- c) consistência do plano simulado de distribuição de verba publicitária, contemplados os itens antecedentes;
- d) a economicidade na aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano de distribuição de peças, segundo critérios técnicos de mídia.

12.2.5 – Capacidade de atendimento. Sendo considerados:

- a) tempo de experiência dos profissionais relacionados tanto na função como em áreas pertinentes ao seu trabalho;
- b) a correlação entre a qualificação técnica do proponente e a estratégia de comunicação publicitária proposta, sendo levada em conta a quantificação dos quadros correspondentes;
- c) a qualificação dos profissionais a serem disponibilizados para o atendimento do órgão da Administração;
- d) a operacionalidade do relacionamento entre o órgão da Administração e a agência de propaganda, traduzida através de esquema apresentado na proposta pelo proponente;
- e) a segurança técnica e operacional constatada através dos procedimentos especificados;
- f) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato.
- g) Anualmente a agência vencedora deverá atualizar e encaminhar uma lista atualizada descrevendo capacidade de atendimento, relacionando os profissionais.

12.2.6 – Com referência ao repertório, serão avaliados:

- a) sua concepção;
- b) sua pertinência;
- c) a clareza de exposição; e
- d) a qualidade de execução e acabamento do texto.

12.2.7 – Os relatos de soluções de problemas submeter-se-ão à avaliação:

- a) de concatenação lógica da exposição;
- b) de evidência de planejamento publicitário;
- c) de consistência das relações de causa e efeito; e
- d) de mensuração dos resultados apresentados.

12.3 – Da pontuação da Proposta Técnica:

12.3.1 – A pontuação final das propostas técnicas, por lote, corresponderá ao somatório das notas de zero a dez (0 a 10) atribuídas a cada item, individualmente, pelos 03 (três) membros da Subcomissão Técnica, multiplicadas pelos respectivos pesos, a seguir indicados:

QUESITO TÉCNICO/ITEM	PESOS
Raciocínio Básico - 12.2.1	15
Estratégia de comunicação - 12.2.2	20
Ideia criativa - 12.2.3	25
Estratégia de mídia e não mídia - 12.2.4	20
Capacidade de atendimento - 12.2.5	10
Repertório - 12.2.6	5
Relatos de soluções de problemas - 12.2.7	5

12.3.2 – Será desclassificada a proposta que não alcançar pontuação igual ou superior a 70% (setenta por cento) do total possível de pontos (pontuação máxima que pode ser obtida – 3.000 pontos), equivalente ao somatório da pontuação atribuída, individualmente, pelos 03 (três) membros da Subcomissão Técnica.

12.3.3 – A atribuição de nota inferior a 5 (cinco) em um ou mais quesitos técnicos, por membro da Subcomissão Técnica, deverá ser justificada individualmente por escrito.

12.3.4 – A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório, de acordo com o que dispõe o Art. 6º, inciso VII da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010;

12.3.4.1 – No caso do item 12.3.4, persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, 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 reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

12.3.5 – Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do presente instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010 (via identificada do plano de comunicação publicitária).

12.3.6 – Na hipótese de ocorrer número de pontos fracionados, serão considerados até o máximo de duas casas após a vírgula, sem aplicação de arredondamento de qualquer espécie.

12.3.7 – Observado o que consta da alínea “b” do item 12.2.1, será classificada em primeiro lugar no respectivo lote o proponente que alcançar a maior pontuação, considerado o somatório dos pontos atribuídos, e assim, sucessivamente, em ordem decrescente de pontos.

12.3.8 – Na hipótese de empate, o desempate se verificará em primeiro lugar a preferência dos serviços prestados por empresa brasileira, de acordo com o art. 3º, § 2º, da Lei nº 8.666/93, em segundo lugar a proponente que obtiver maior nota no quesito “ideia criativa” e em terceiro lugar a proponente que obtiver a maior nota considerando a soma dos quesitos “estratégia de comunicação e estratégia de mídia e não mídia”.

12.3.8.1 – Perdurando o empate, a classificação dos proponentes nas propostas técnicas será decidida através de sorteio em ato público promovido pela Comissão Especial de Licitação, para o qual serão convocados todos os proponentes.

12.4 – Julgamento da Proposta de Preços:

12.4.1 – Somente serão abertas as propostas de preços dos proponentes classificados na fase de julgamento das propostas técnicas.

12.4.2 – Abertas as propostas de preços de todos os proponentes, separadas por lote, será examinada preliminarmente a satisfação dos pressupostos fixados neste Edital e da legislação vigente.

12.4.3 – Será desclassificada a Proposta de Preços em relação à qual for constatado:

- a) o não-atendimento das condições estabelecidas neste Edital e seus anexos;
- b) que as condições ofertadas estiverem baseadas em outra proposta;
- c) a fixação de condicionantes para a entrega dos serviços contratados;
- d) a oferta de preços irrisórios, nos termos das normas vigentes;
- e) a não concordância com os valores máximos que a Administração Municipal se propõe a pagar.

12.5 – Apreciação dos documentos de habilitação:

12.5.1 – Os documentos de habilitação serão examinados pela Comissão Especial de Licitação, que julgará habilitados os proponentes que atenderem todos os requisitos estabelecidos no Edital e anexos.

12.5.2 – Será julgado inabilitado o proponente que não apresentar quaisquer dos documentos ou informações exigidos ou, ainda, apresentá-los de maneira incorreta ou incompleta.

13 – DO PREÇO DOS SERVIÇOS

13.1 – A Administração Pública Municipal, durante o período de execução dos contratos decorrentes da presente Concorrência, pagará, pelos serviços efetivamente prestados, **o máximo de 80% (oitenta por cento) do valor constante da Tabela Referencial de Preços nº 41 do SINAPRO/SC.**

13.2 – Os serviços especializados relacionados com as atividades complementares à execução da campanha ou ação publicitária, nos termos do §1º do art. 2º da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010 e não constantes da Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/SC, deverão obedecer a exigências a seguir:

a) Somente fornecedores previamente cadastrados, ou seja aqueles que possuem CRC, no Município de Joinville, poderão fornecer a agência bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato.

b) O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto na alínea “a” deste item, exigirá sempre a apresentação pela agência à Secretaria de Comunicação de 03 (três) orçamentos obtidos entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

c) No caso da alínea “b” deste item, a agência procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da Secretaria de Comunicação, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

d) O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea “a” do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto na alínea “c” deste item.

14 – DA REMUNERAÇÃO DA AGÊNCIA

14.1 – Na execução dos serviços contratados, a agência será remunerada em conformidade com as disposições da Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965, Decreto Federal nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002, Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010 e demais normas legais e regulamentares vigentes, ficando desde já estabelecido e ajustado o seguinte:

a) Custos internos – o custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou recursos da própria agência, será calculado com base e no limite dos preços dos serviços previstos na Tabela Referencial de Preços nº 41 do SINAPRO/SC, considerando o desconto ofertado pela agência na letra “a” do subitem 9.1 deste Edital;

b) Honorários – os serviços especializados e suprimentos externos terão seus gastos orçados junto a fornecedores, selecionados pela agência e aceitos pelo anunciante, seguindo os procedimentos previstos no item 13.2. O órgão contratante pagará à agência “honorários” de 15% (quinze por cento) sobre os serviços e suprimentos externos contratados com quaisquer fornecedores;

c) Honorários especiais – quando a responsabilidade da agência limitar-se, exclusivamente, à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo, o órgão contratante pagará à agência “honorários” de no mínimo 5% (cinco por cento) e no máximo 10% (dez por cento);

d) Veiculação – desconto de agência, correspondente a 20% (vinte por cento) sobre os custos de veiculação, observado o “Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios” instituído pelas Normas Padrão da Atividade Publicitária (Anexo V), por meio do Decreto nº 57.690/66, alterado pelo Decreto nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002, de acordo com os parâmetros estipulados na tabela a seguir:

Investimento Bruto Anual em Mídia	Parcela do “Desconto de Agência” para Reverter ao Anunciante
Até R\$ 2.500.000,00	Nihil
De R\$ 2.500.000,01 a 7.500.000,00	2% do investimento bruto
De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00	3% do investimento bruto
R\$ 25.000.000,01 em diante	5% do investimento bruto

14.2 – Para efeito da aplicação do disposto na tabela antecedente (letra “d” do item 14.1), os órgãos e entidades da Administração Direta e Indireta do Município serão considerados como um único anunciante,

somando-se, cumulativamente, durante a execução dos contratos, os valores correspondentes ao investimento bruto anual em mídia de todos os lotes de que a agência se sagrar vencedora.

15 – DA CONTRATAÇÃO

15.1 – A Administração convocará regularmente o interessado para assinar o termo de contrato, aceitar ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo e condições estabelecidos, sob pena de decair o direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 81, da Lei nº 8.666/93.

15.2 – Convocação para assinatura eletrônica do contrato:

15.2.1 – Homologado o resultado da licitação, os vencedores serão convocados para assinatura eletrônica do contrato, que deverá ocorrer **no prazo de até 05 (cinco) dias úteis contados da sua disponibilização no Sistema Eletrônico de Informação (SEI).**

15.2.2 – O(s) representante(s) legal(is) do(s) vencedor(s) receberá(ão) um e-mail no endereço cadastrado informando a disponibilização do documento para assinatura eletrônica, o qual indicará o *link* para acesso.

15.2.3 – É de responsabilidade exclusiva do usuário a consulta acerca da disponibilização do documento para assinatura no seu ambiente virtual.

15.3 – É facultado à Administração, quando o convocado não assinar o termo de contrato, ou não aceitar ou retirar o instrumento equivalente, no prazo e condições estabelecidos, convocar os proponentes remanescentes, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pelo primeiro classificado, inclusive quanto aos preços atualizados de conformidade com o ato convocatório, ou revogar a licitação, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/93.

15.4 – Para assinatura eletrônica do contrato o proponente deverá apresentar:

15.4.1 - Certidões negativas de débitos atualizadas junto aos seguintes órgãos: **Fazenda Federal (conjunta com a contribuição previdenciária), Fazenda Estadual, Fazenda Municipal** do domicílio ou sede do proponente e **FGTS**, em atendimento ao art. 55, inciso XIII, da Lei nº 8.666/93 e **Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas**, conforme Lei nº 12.440, de 07 de julho de 2011.

15.4.7 – Caso a assinatura do termo contratual seja realizada por um procurador designado pelo proponente, deverá ser apresentada a procuração pública ou particular, com poderes específicos para representar o interessado.

15.5 – Da execução do contrato:

15.5.1 – A execução do contrato se processará através da emissão de autorizações de produção e de divulgação, as quais especificarão os serviços a serem realizados, bem como seus respectivos prazos de entrega.

15.5.2 – As autorizações referidas no item anterior observarão os procedimentos detalhados no contrato.

15.5.3 – A divulgação de quaisquer informações pertinentes aos serviços licitados, em que sejam mencionados os órgãos do Município, é condicionada à prévia e expressa autorização da Secretaria de Comunicação.

15.5.4 – É admitido que a contratada assine ajustes com fornecedores ou terceiros para a prestação de serviços indispensáveis à execução do contrato celebrado com o órgão contratante, sendo de sua exclusiva responsabilidade as obrigações decorrentes de pactos que firmar com terceiros.

15.5.5 – A contratada deverá manter, no mínimo, sede, filial ou sucursal em Joinville com estrutura física administrativa, financeira e de atendimento, para garantir o adequado e pleno atendimento da execução do contrato.

15.5.6 – São partes integrantes do contrato a ser assinado, como se transcritos estivessem, o presente Edital e seus anexos, os documentos, propostas e informações apresentadas pelo vencedor e que deram suporte ao julgamento da licitação.

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

15.5.8 – É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato decorrente da presente concorrência para qualquer operação financeira.

15.5.9 – A contratada se obriga a manter, durante toda a execução dos contratos, as condições de habilitação e qualificação exigidas nesta concorrência.

15.5.10 – A contratada se obriga a manter acervo comprobatório dos serviços prestados, nos termos do art. 17, da Lei Federal 12.232/2010.

15.6 – Dos serviços contratados e executados:

15.6.1 – A fiscalização, aceitação e rejeição, pelo órgão contratante, dos serviços executados pela contratada, bem como suas consequências, atenderão ao que se encontra definido na minuta do contrato, Anexos II e III.

16 – DA ASSINATURA ELETRÔNICA

16.1 – A assinatura do contrato e demais documentos vinculados a este instrumento, serão realizadas eletronicamente, mediante login e senha, devendo o(s) representante(s) legal(is) do(s) proponente(s) providenciar(em) a sua assinatura eletrônica externa, de acordo com Instrução Normativa nº 06/2016, regulamentada pelo Decreto Municipal nº 27.082/2016.

16.1.1 – O(s) representante(s) legal(is) do(s) interessado(s) em participar da licitação poderá(ão) providenciar a solicitação de usuário externo certificado para assinatura eletrônica de acordo com o que estabelece o "Manual do Usuário Externo" disponível nos seguintes links: <https://www.joinville.sc.gov.br/servicos/cadastrar-usuario-em-autosservico> e <https://www.joinville.sc.gov.br/servicos/certificar-usuario-para-autosservico>

16.2 – **Após declarado vencedor o(s) representante(s) legal(is) do(s) proponente(s) deverá(ão) estar com o seu usuário externo certificado para fins de efetuar a assinatura eletrônica, nos termos do Decreto nº 27.082/2016, sob pena de decair do direito de assinar o Contrato e/ou eventuais alterações, sem prejuízo das sanções previstas no edital.**

16.2.1 – **É de responsabilidade exclusiva do(s) representante(s) legal(is) do(s) proponente(s)/interessado(s) a solicitação da criação da assinatura eletrônica.**

16.3 – A criação e a redefinição da assinatura eletrônica dependem da solicitação de assinatura eletrônica com o envio do Termo de Responsabilidade devidamente assinado e com o envio de documento com foto e assinatura do requerente.

16.3.1 – Serão aceitos como documentos de identidade para fins de assinatura eletrônica externa: carteiras expedidas pelos Comandos Militares, pelas Secretarias de Segurança Pública, pelos Institutos de Identificação e pelos Corpos de Bombeiros Militares; carteiras expedidas pelos órgãos fiscalizadores de exercício profissional (ordens, conselhos etc.); passaporte; certificado de reservista; carteiras funcionais expedidas por órgão público que, por lei federal, valham como identidade; carteira de trabalho; carteira de identidade do trabalhador e carteira nacional de habilitação (somente modelo com foto).

16.3.2 – Não serão aceitos como documentos de identidade: certidões de nascimento, CPF, títulos eleitorais, carteiras de motorista (modelo sem foto), carteiras de estudante, carteiras funcionais sem valor de identidade ou documentos ilegíveis, não identificáveis e/ou danificados.

16.3.3 – O termo de responsabilidade terá sua assinatura comparada com o documento apresentado.

16.4 – O servidor público autorizado procederá com a avaliação da documentação recebida e realizará a concessão de acesso ao usuário externo.

16.5 – A assinatura eletrônica é de uso pessoal e intransferível e sua divulgação é vedada sob qualquer hipótese.

16.6 – O usuário é o responsável pela exatidão das informações prestadas, quando de seu credenciamento, assim como pela guarda, sigilo e utilização da assinatura eletrônica, não sendo oponente, em qualquer hipótese, alegação de uso indevido, nos termos da Medida Provisória nº 2.200-2, de 24 de agosto de 2001 e do Decreto nº 21.863, de 30 de janeiro de 2014.

17 – DOS PRAZOS

17.1 – O prazo de vigência do contrato para a execução dos serviços ajustados será de quinze meses, contados a partir da data de assinatura, podendo ser prorrogado na forma do inciso II, artigo 57, da Lei 8.666/93.

17.2 – O prazo para execução dos serviços será de doze meses, contados a partir da emissão da ordem de serviço.

17.3 – A ordem de serviço será expedida no prazo máximo de até 60 (sessenta) dias contados a partir da data da assinatura do contrato.

17.4 – Os preços dos serviços contratados baseados na Tabela Referencial de Preços nº 41 do SINAPRO/SC, poderão ser reajustados após o período de doze meses, contados da apresentação das propostas técnicas, com base no Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

17.5 – Para fins de contagem dos prazos previstos será considerado como data de assinatura do contrato a data da última assinatura (dia/mês/ano) dos signatários referenciados no preâmbulo do referido instrumento.

18 – DO PAGAMENTO DAS DESPESAS

18.1 – As despesas resultantes da execução do contrato serão pagas de acordo com a proposta de preços mais vantajosa para o Município (conforme disposto na fase de negociação), por lote, observado o que consta deste Edital e seus anexos e da minuta do contrato, inclusive, quanto à forma e condições do pagamento.

18.2 – Despesas decorrentes da veiculação da publicidade e propaganda:

18.2.1 – O pagamento das parcelas relativas à veiculação da publicidade será efetivado diretamente ao veículo de comunicação, após o aceite dos serviços, no prazo de até 30 (trinta dias) da apresentação da nota fiscal na Contabilidade da Secretaria da Fazenda, condicionado à apresentação, nos quinze dias anteriores à data prevista para o pagamento, no protocolo da contratante, dos documentos discriminados no contrato.

18.2.2 – O Município de Joinville reterá o correspondente ao ISS diretamente sobre o valor do contrato correspondente aos serviços executados, de acordo com o que estabelece a Lei Complementar Municipal nº 169/04 e Decretos Municipais nº 12.325, de 23/03/2005, 12.368, de 20/04/2005.

18.2.3 – Em caso de atraso dos pagamentos à Contratada, por culpa exclusiva da Administração Municipal, será aplicado como índice de atualização monetária o IPCA – Índice de Preço ao Consumidor Amplo.

18.3 – Despesas próprias da contratada:

18.3.1 – Serão pagas à contratada as despesas com a execução do contrato, no tocante aos custos internos da agência, serviços e suprimentos externos, honorários e comissão de veiculação proveniente do desconto concedido pelo veículo de comunicação, após o aceite dos serviços executados.

18.3.2 – O pagamento dos serviços previstos no subitem anterior obedecerá a mesma forma disposta no subitem 18.2.1.

18.4 – Quaisquer descontos especiais resultantes de negociação, que venham a ser concedidos pelos veículos de comunicação ou fornecedores, deverão ser integralmente repassados para a contratante.

19 – DOS DIREITOS AUTORAIS

19.1 – Fica estabelecida a cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso – das ideias (inclusos os estudos, planos, etc.), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, concebidas, criadas e produzidas em virtude do contrato firmado – para a propriedade do Município de Joinville, sendo inexigível remuneração adicional a qualquer tempo e título.

19.2 – Deverão ser previamente negociados com o órgão contratante quaisquer serviços que importem em cessão de direitos autorais de fornecedores da contratada, ou uso de imagem de artistas e modelos, para determinar eventual limitação no seu uso, preço original e de reutilização, e outras condicionantes, através de termo de compromisso formal.

19.3 – O órgão contratante considerará já incluído no custo de produção toda e qualquer remuneração exigida por terceiros, derivada da cessão de direitos autorais, seja por tempo limitado ou definitivo.

20 – DAS PENALIDADES

20.1 – As penalidades que poderão ser cominadas à **CONTRATADA** são as previstas na Lei Federal nº 8.666/93, garantida a prévia defesa no prazo de 05 (cinco) dias úteis:

I – advertência;

II – multa, que será deduzida dos respectivos créditos ou garantia, podendo ainda ser cobrada administrativamente ou judicialmente, correspondente a:

a) 1,0% (um por cento) por dia de atraso, a contar do primeiro dia útil da data fixada para entrega do serviço, calculada sobre o valor do serviço em atraso, até o máximo de 20% (vinte por cento);

b) 5,0% (cinco por cento) do valor atualizado do contrato, pela inexecução sem justo motivo, por parte da contratada;

III – suspensão temporária de participação em licitação e **impedimento de contratar** com a Administração Pública, por prazo não superior a 02 (dois) anos.

IV – declaração de inidoneidade quando a **CONTRATADA**, sem justa causa, não cumprir as obrigações assumidas, praticando falta grave, dolosa ou revestida de má-fé, a juízo do **CONTRATANTE**. A pena de inidoneidade será aplicada em despacho fundamentado do Secretário Municipal de Administração e Planejamento, assegurando a defesa do interessado no prazo de 10 (dez) dias da abertura de vista, ponderada a natureza, a gravidade da falta e a extensão do dano efetivo ou potencial.

20.2 – O montante de multas aplicadas à **CONTRATADA** não poderá ultrapassar a 20% (vinte por cento) do valor global do contrato. Caso aconteça, o **CONTRATANTE** terá o direito de rescindir o contrato mediante notificação.

20.3 – As multas deverão ser pagas junto à Tesouraria da Secretaria de Fazenda do Município até o dia de pagamento que a **CONTRATADA** tiver direito ou poderão ser cobradas judicialmente após 30 (trinta) dias da notificação.

20.4 – Nas penalidades previstas neste edital, a Administração considerará, motivadamente, a gravidade da falta, seus efeitos, bem como os antecedentes da **CONTRATADA**, graduando-as e podendo deixar de aplicá-las, se admitidas as justificativas da contratada, nos termos do que dispõe o art. 87, *caput*, da Lei nº 8.666/93.

20.5 – As penalidades aplicadas serão registradas no cadastro da **CONTRATADA**.

20.6 – Nenhum pagamento será realizado à **CONTRATADA** enquanto pendente de liquidação qualquer obrigação financeira que lhe for imposta em virtude de penalidade ou inadimplência contratual.

21 – DAS INSTRUÇÕES E NORMAS PARA RECURSOS

21.1 – Os recursos deverão:

21.1.1 – Obedecer ao disposto no art. 109, da Lei nº 8.666/93 e alterações posteriores;

21.1.2 – Ser encaminhados ao Secretário de Comunicação;

21.1.3 – Estar acompanhado da respectiva representatividade e, quando for o caso, de procuração.

21.1.4 – Ser protocolados no protocolo eletrônico da Coordenação de Licitações da Secretaria Municipal de Saúde, sito à Rua Araranguá, 397, 2º Andar, Bairro América, Joinville/SC, CEP 89.204-310, no horário das 8h às 14h.

21.2 – Serão inadmitidos impugnações e recursos enviados via fax e e-mail.

21.3 – Não serão conhecidas impugnações e recursos apresentados fora do prazo legal e/ou subscritos por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo para responder pelo proponente.

22 – DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

22.1 – Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, na forma do art. 10 da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

22.2 – As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, devidamente designada pela Portaria nº 16/2019/SECOM, constituída por 03 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuam em uma dessas áreas.

22.2.1 – Na composição da Subcomissão Técnica, 1/3 (um terço) dos integrantes não possui vínculo profissional com o Município de Joinville.

22.3 – A escolha dos membros da Subcomissão Técnica deu-se por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação com o triplo do número de integrantes da subcomissão, indicados pelo Secretário de Comunicação, de acordo com o Decreto Municipal nº 20.852, de 25 de junho de 2013, sendo composta

por 1/3 (um terço) de profissionais que não mantêm nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município de Joinville, responsável pela presente licitação.

22.4 – Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 03 (três) membros da Subcomissão Técnica foram todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

22.4.1 – A relação dos nomes referidos no subitem 22.3 foi devidamente publicada no Diário Oficial do Município, do Estado e da União, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que foi realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

22.4.2 – O sorteio foi processado pela Comissão Especial de Licitação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros lotados ou não no Município.

22.4.3 – Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado pôde impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 22.3, mediante a apresentação à Comissão Especial de Licitação de justificativa para a exclusão.

22.5 – Os membros da Subcomissão Técnica assinarão o Termo de Confidencialidade, de acordo com o Anexo VI do presente Edital, que ficará nos autos do processo desta licitação.

23 – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

23.1 – O presente edital e seus anexos são complementares entre si; qualquer detalhe mencionado em um dos documentos e omitido no outro, será considerado especificado e válido.

23.2 – Para os casos omissos no presente edital, prevalecerão os termos da Lei nº 8.666/93, e suas alterações posteriores e demais legislações em vigor.

23.3 – Todas as publicações como alterações ou prorrogações do edital, resumo de atas de julgamento etc., serão publicadas na forma da Lei.

23.4 – Fica o proponente ciente de que a simples apresentação da documentação e proposta implicará na aceitação das condições estabelecidas neste edital.

23.5 – Qualquer cidadão poderá, no prazo de até 05 (cinco) dias úteis e, qualquer proponente, no prazo de até 02 (dois) dias úteis da data fixada para a realização da sessão pública, impugnar o Edital, conforme previsto no art. 41 da Lei 8.666/93, e observados as formalidades constantes nos itens 21 deste Edital.

23.6 – Os pedidos de informações, pedidos de vistas e esclarecimentos que se fizerem necessários ao perfeito entendimento do presente edital deverão ser protocolados no protocolo eletrônico da Coordenação de Licitações da Secretaria Municipal de Saúde, sito à Rua Araranguá, 397, Bairro América, ou encaminhados para o e-mail secom@joinville.sc.gov.br, no horário das 8h às 14h.

23.6.1 – Os questionamentos recebidos e as respectivas respostas com relação ao presente edital ficarão disponíveis para todos os interessados no endereço eletrônico www.joinville.sc.gov.br, link “Portal de Licitações”, no respectivo edital.

23.7 – As normas disciplinadoras da licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os participantes, desde que não comprometam o interesse da Administração, a finalidade e a segurança da contratação.

23.8 – Não será permitida a subcontratação do objeto deste Edital.

23.9 – O presente Edital e seus Anexos poderão ser alterados, pela Administração licitante, antes de aberta a licitação, no interesse público, por sua iniciativa ou decorrente de provocação de terceiros, atendido o que estabelece o art. 21, §4º, da Lei nº 8.666/93, bem como adiar ou prorrogar o prazo para recebimento e/ou a abertura das Propostas e Documentos de Habilitação.

23.10 – A Secretaria de Comunicação poderá revogar o presente edital por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar o ato, ou anulá-lo por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado.

23.11 – O proponente que vier a ser contratado ficará obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões sobre valor inicial do contratado corrigido, que se fizerem necessários, por conveniência do CONTRATANTE, dentro do limite permitido pelo art. 65, da Lei 8.666/93.

23.12 – Cópia deste Edital e seu(s) Anexo(s) poderão ser retirados na Coordenação de Licitações da Secretaria Municipal de Saúde, sito à Rua Araranguá, 397, Bairro América, de segunda a sexta-feira, durante o horário de expediente, das 08h às 14h ou pelo site www.joinville.sc.gov.br, link “Portal de Licitações”.

23.13 – A Administração não se responsabiliza pelo conteúdo e autenticidade de cópias deste Edital, senão aquelas que estiverem assinadas pela autoridade competente, ou sua cópia fiel.

23.14 – **Todas as informações/alterações relativas ao presente certame serão postadas no endereço eletrônico www.joinville.sc.gov.br, sendo de exclusiva responsabilidade do interessado o seu acompanhamento.**

23.15 – Conforme previsto no art. 1º, do Decreto Municipal nº 13.011, de 29 de junho de 2006, o horário de expediente das repartições públicas municipais é das 8:00 às 14:00 horas, de segunda a sexta-feira.

23.16 – É facultada à Comissão Especial de Licitação ou à autoridade superior, em qualquer fase desta licitação, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório e realizar tantas reuniões públicas quantas forem necessárias.

23.17 – Os proponentes, durante o processamento desta Concorrência, deverão autorizar a realização de vistoria das suas instalações e equipamentos disponíveis para a realização dos serviços licitados, pela Comissão Especial de Licitação, se julgado necessário.

23.18 – É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre os proponentes.

23.19 – Em caso de cisão, incorporação ou fusão da contratada com outras agências de propaganda caberá ao contratante decidir pela continuidade ou não dos contratos celebrados, não cabendo à contratada qualquer espécie de indenização.

ANEXO I - “BRIEFING”

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2019 – SECOM

Serviços de Publicidade e Propaganda

O BRIEFING

Para dar suporte à elaboração e ao julgamento das propostas técnicas para a concorrência de serviços de publicidade e propaganda, foi preparado um documento pelos responsáveis da elaboração do Briefing. Decidiu-se optar por um modelo com linguagem próxima ao cotidiano, com o objetivo de garantir a realização de campanhas informativas, educativas ou de orientação social. No total de 07 lotes, esperam-se soluções de comunicação para o problema, de diversas situações apresentadas. As campanhas simuladas serão desenvolvidas para efeito exclusivo de julgamento da presente licitação, do tipo melhor técnica, não gerando para o Município a obrigação de executá-las no futuro.

1. A divisão por lotes:

Lote	Função de Governo	Órgãos Envolvidos
1	Função	Gabinete do Prefeito, Gabinete do Vice-Prefeito, Secretaria de Governo, Secretaria

	Estratégica	de Administração e Planejamento, Secretaria da Fazenda, Procuradoria Geral do Município, Secretaria de Gestão de Pessoas, Secretaria de Comunicação, Instituto de Previdência Social dos Servidores do Município de Joinville
2	Saúde, SAS e Sehab	Secretaria de Saúde, Hospital Municipal São José, Secretaria de Assistência Social e Secretaria de Habitação
3	Educação e Sama	Secretaria da Educação e Secretaria de Agricultura e Meio Ambiente
4	Cultura, Rádio, Turismo e Esporte	Secretaria de Cultura, Fundação Cultural de Joinville, Turismo e Secretaria de Esportes.
5	Infraestrutura	Subprefeituras e Secretaria de Infraestrutura Urbana
6	Seprot, Detrans e Sepud	Secretaria de Proteção Civil e Segurança Pública, Departamento de Trânsito e Secretaria de Planejamento Urbano e Desenvolvimento Sustentável
7	Saneamento Básico	Companhia Águas de Joinville

2. A divisão por temas e as verbas referenciais:

Lote	Origem dos Recursos	Tema da Campanha	Total em R\$
1	Secretaria de Comunicação	IPTU 2019	R\$ 500.000,00
2	Secretaria de Comunicação	Prevenção à Dengue	R\$ 300.000,00
3	Secretaria de Comunicação	Cuide do Meio Ambiente	R\$ 600.000,00
4	Secretaria de Comunicação	Participe do PID (Programa de Iniciação Desportiva)	R\$ 400.000,00
5	Secretaria de Comunicação	Pavimentação nos bairros	R\$ 600.000,00
6	Secretaria de Comunicação	Celular no Trânsito	R\$ 400.000,00
7	Companhia Águas de Joinville	Dia Mundial da Água	R\$ 600.000,00

3. Informações gerais:

Para a formulação da proposta técnica (Plano de Comunicação Publicitária - campanha simulada), o proponente deverá considerar, além das informações especificadas para cada um dos lotes, o seguinte:

I – O Cliente: O cliente é o Município de Joinville, representado nesta licitação pela Secretaria de Comunicação (SECOM).

II – Caracterização do cliente: O Município é um ente público, incumbido de desenvolver e gerir ações públicas estratégicas e operacionais no interesse da Cidade de Joinville.

III – Produtos: O Município gera serviços que são postos à disposição de toda a sociedade joinvilense. Os serviços são classificados em dois grandes grupos: serviços básicos, a exemplo da educação, da saúde e da segurança; e, serviços complementares, tais como, infraestrutura, turismo e desenvolvimento. Considerar que o Município é sempre um prestador de serviços. Mesmo quando constrói obras físicas, o objetivo final não é a obra em si, mas os serviços que serão prestados a partir dela.

IV – Área de atuação: A área de atuação do Município é o território de toda cidade de Joinville. A formulação da proposta técnica (Plano de Comunicação Publicitária - campanha simulada) deve usar como parâmetro o território da Cidade de Joinville. Eventualmente, o Município pode desenvolver ações fora da cidade, como por exemplo, na efetivação de promoções objetivando atrair investimentos e/ou turistas para a cidade. Mas, trata-se de exceção.

V – Público-alvo: O público-alvo do governo é a sociedade joinvilense, sem distinções de qualquer natureza. Na formulação da proposta técnica deve ser considerado, que, para algumas campanhas simuladas, faz-se necessário intensificar a comunicação para determinados segmentos de público alvo, inclusive fora da cidade.

VI – Objetivos da comunicação governamental: comunicar à Sociedade os resultados das ações do Governo; estimular a participação da Sociedade, mobilizando-a para atuar em favor de causas de interesse comum. Ou seja, a comunicação governamental é desdobrada em três segmentos:

a) Informativa: destinada a manter a população informada sobre o dia-a-dia do Governo. As pequenas ações, as ações de interesse público, as campanhas institucionais (vacinação, por exemplo), as informações de utilidade pública.

b) Educativa: com a finalidade de criar ou modificar hábitos da população (ações ou atitudes de prevenção a acidentes de trânsito, de saúde pública, de educação tributária, ambiental, etc.).

c) De orientação social: campanhas destinadas, por exemplo, à inclusão social e resgate da cidadania.

VII – Conteúdo da comunicação: Os conteúdos básicos da comunicação governamental são os resultados originários das ações do Governo. Mesmo quando o objeto da comunicação for outro, como por exemplo, campanhas de mobilização, devem ficar evidentes os benefícios para a sociedade, resultantes dessa ação.

VIII – Verba: A proposta técnica (Plano de Comunicação Publicitária - campanha simulada), financeiramente, deverá ser desenvolvida observado o limite da verba (referencial) especificada no respectivo briefing. Todos os custos de criação, produção, veiculação e remuneração legal da agência, deverão estar contidos na verba destinada para a campanha.

IX – Assinando as campanhas:

No lote nº 1: assinar com o nome da Prefeitura de Joinville.

No lote nº 2: assinar com o nome Secretaria da Saúde e Prefeitura de Joinville.

No lote nº 3: assinar com o nome Secretaria de Agricultura e Meio Ambiente e Prefeitura de Joinville.

No lote nº 4: assinar com o nome Secretaria de Esportes e Prefeitura de Joinville.

No lote nº 5: assinar com o nome da Secretaria de Infraestrutura Urbana e Prefeitura de Joinville.

No lote nº 6: assinar com o nome Secretaria de Proteção Civil e Segurança Pública e Prefeitura de Joinville.

No lote nº 7: assinar com o nome Companhia Águas de Joinville e Prefeitura de Joinville.

X – Período de veiculação das campanhas simuladas: Para cada tema, foi estipulado um período de veiculação de campanha. O tempo estipulado para cada campanha simulada refere-se ao período máximo de veiculação, não sendo necessário, portanto, o seu uso total.

XI – Praças de veiculação: Fica a critério do proponente a definição das praças a serem consideradas na campanha simulada.

LOTE	ORGÃO	TEMA	DURAÇÃO	OBJETIVO	VALOR (R\$)
1	Secretaria da Fazenda	IPTU 2019 – O IPTU é uma importante fonte de recursos para a Prefeitura de Joinville e com ele é	20 dias	Divulgar os prazos para pagamento do	R\$ 500.000,00

		possível custear uma série de obras e serviços vitais para a população, como saúde, educação, infraestrutura, esporte e cultura. Até o dia 7 de janeiro de 2019, é possível pagar com desconto de 10%.		IPTU 2019 e os benefícios que esses recursos trazem para a cidade, incentivando os cidadãos a quitarem seus tributos.	
2	Secretaria da Saúde	Prevenção à Dengue – O Aedes aegypti é o mosquito transmissor da dengue, doença que se alastra rapidamente pelo Brasil. O Aedes aegypti põe seus ovos em recipientes como latas e garrafas vazias, pneus, calhas, caixas d'água descobertas, pratos sob vasos de plantas ou qualquer outro objeto que possa armazenar água da chuva.	30 dias	Incentivar os cidadãos a ajudarem no combate ao mosquito da dengue, mostrando como é possível eliminar os criadouros do Aedes aegypti.	R\$ 300.000,00
3	Secretaria de Agricultura e Meio Ambiente	Cuide do Meio Ambiente – Mais de 50% do território de Joinville é constituído por áreas verdes. Além da presença de matas no município, a cidade conta também uma vasta riqueza natural em seus manguezais, importantíssimo para todo o ecossistema. Para que isso seja mantido, é importante a preservação desse patrimônio por parte da população da cidade.	20 dias	Incentivar a preservação das belezas naturais de Joinville e dos seus parques e praças.	R\$ 600.000,00
4	Secretaria de Esportes	Participe do PID (Programa de Iniciação Desportiva) – O PID é um programa da Prefeitura de Joinville voltado a crianças e adolescentes de 5 a 18 anos, regularmente matriculados na rede de ensino municipal, estadual ou privada. Tem como objetivo gerar oportunidade de prática esportiva de qualidade e de forma gratuita, promovendo integração, socialização, participação e contribuindo com a formação do caráter e o desenvolvimento física e psicossocial de crianças e adolescentes.	30 dias	Incentivar as inscrições no PID.	R\$ 400.000,00
5	Secretaria de Infraestrutura Urbana	Pavimentação nos bairros – Cerca de 41% das ruas de Joinville não contam com pavimentação. A Prefeitura de Joinville está realizando 79 quilômetros de asfalto	30 dias	Prestar contas das obras de pavimentação.	R\$ 600.000,00

		em mais de 200 ruas da cidade, abrangendo vários bairros e totalizando um investimento de R\$ 55 milhões.			
6	Secretaria de Proteção Civil e Segurança Pública	Celular no trânsito – Faz parte da Secretaria de Proteção Civil e Segurança Pública o Departamento de Trânsito de Joinville – DETRANS. Entre as atribuições do DETRANS estão ações de educação do trânsito. O uso do celular ao dirigir é um dos principais causadores de acidentes de trânsito.	30 dias	Conscientizar os cidadãos para os perigos do uso de telefones móveis enquanto estão dirigindo.	R\$ 400.000,00
7	Companhia Águas de Joinville	Dia Mundial da Água – No dia 22 de março se comemora o Dia Mundial da Água, um dos recursos mais valiosos da humanidade. Para preservar nossos recursos hídricos, é preciso o esforço de todos.	30 dias	Incentivar a população a praticar o consumo consciente de água.	R\$ 600.000,00

ANEXO II

MINUTA DO CONTRATO

MUNICÍPIO DE JOINVILLE

TERMO DE CONTRATO N° ---/2019

Termo de Contrato de prestação de serviços de publicidade e propaganda que entre si celebram o **MUNICÍPIO DE JOINVILLE – Secretaria de Comunicação**, inscrito no CNPJ. n° 83.169.623/0001-10, ora em diante denominado **CONTRATANTE**, neste ato representado pelo Secretário de xxxxxx, Sr. xxxxxx e a empresa xxxxxx, inscrita no CNPJ n° xx.xxx.xxx/xxxx-xx, doravante denominada **CONTRATADA**, neste ato representada pelo Sr. xxxxxxxx, CPF n° xxx.xxx.xxx-xx, firmam o presente contrato, oriundo da licitação na modalidade de **Concorrência n° 01/2019**, pelo qual se obriga a prestar os serviços objeto deste Contrato, na forma e condições estabelecidas no edital de licitação e nas cláusulas seguintes, a ser regida pela Lei n° 8.666, de 21 de junho de 1993 e alterações posteriores, Lei Federal n° 4.680, de 18 de junho de 1965, pelo Regulamento aprovado pelo Decreto n° 57.690, de 1° de fevereiro de 1966, alterado pelo Decreto n° 4.563, de 31 de dezembro de 2002, pela Lei Federal n° 12.232, de 29 de abril de 2010, pelo Decreto Municipal n° 20.852, de 25 de junho de 2013, e, no que couber, pelas atuais Normas-Padrão da Atividade Publicitária, aprovadas em 16 de dezembro de 1998 e alterações, e pelo Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, e alterações posteriores e demais normas federais, estaduais e municipais vigentes e condições a seguir:

CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO DO CONTRATO

1.1 – Lote n° xx

1.2 – Função de Governo.....

1.3 – O presente Contrato tem por objeto a prestação de serviços de publicidade e propaganda, correspondentes ao estudo, ao planejamento, à conceituação, à concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de campanhas de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação; 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; elaboração e registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos identificadores, bem como programação visual; execução de ações de consultoria técnica; execução de serviços de promoção, não compreendidos como apoios e patrocínios (em conformidade ao disposto no art. 27 do Decreto nº 20.852 de 25 de junho de 2013); e demais serviços inerentes à atividade publicitária, destinados ao atendimento das necessidades de comunicação da Contratante.

CLÁUSULA SEGUNDA – REGIME DE EXECUÇÃO E GESTÃO

2.1 – A execução do presente contrato será pelo regime de **execução indireta de empreitada por preço unitário**.

2.2 – A gestão do termo contratual será realizada pela Secretaria de xxxxxxxx, sendo a mesma responsável pela emissão da Ordem de Serviços, fiscalização da execução e controle do contrato, devendo ser observado o disposto no art. 67 da Lei nº 8.666/93.

2.3 – Este contrato fica vinculado ao edital de **Concorrência nº 01/2019**, seus anexos e à proposta da **CONTRATADA**.

CLÁUSULA TERCEIRA – PREÇO

3.1 – A previsão orçamentária para a execução dos serviços contratados, pelo prazo de 12 meses, é de R\$, estando reservados para o período de 2019 o valor de R\$

3.2 – Para o período remanescente, no ano seguinte, a previsão é de R\$, ficando este valor sujeito à aprovação orçamentária.

3.3 – O valor mencionado poderá ser utilizado total ou parcialmente, a critério da contratante, não cabendo à contratada indenização de qualquer espécie pelos saldos, físico ou financeiro, eventualmente não utilizados.

CLÁUSULA QUARTA – CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

4.1 – Despesas Decorrentes da Veiculação da Publicidade e Propaganda:

4.1.1 – O pagamento dos serviços efetivamente prestados será realizado pela Contratante diretamente ao veículo de comunicação, após o aceite dos serviços, de acordo com as respectivas Autorizações de Divulgação emitidas pela Secretaria de Comunicação, no prazo de até 30 (trinta) dias, condicionado à apresentação, nos quinze dias anteriores à data prevista para o pagamento, no protocolo da Contratante, dos seguintes documentos:

a) fatura do veículo de comunicação, contendo o valor bruto da despesa, a parcela referente à comissão da Contratada e o valor líquido devido, mencionando com clareza o serviço autorizado e os respectivos números da licitação, do contrato e da Autorização de Divulgação;

b) tabela oficial de preços do veículo de comunicação, para demonstrar a procedência dos valores a serem pagos;

c) original ou cópia autenticada da página ou parte do jornal, revista, catálogo e outros meios impressos, onde apareça a peça publicitária que foi veiculada, a data da veiculação e o nome do veículo de comunicação;

d) comprovante hábil da exibição da peça publicitária, em rádio, TV, outdoor, painel eletrônico, e assim por diante, cuja veiculação não possa ser demonstrada por meio documental.

4.2 – Despesas Próprias da Contratada e da Comissão de Agência:

4.2.1 – O pagamento à Contratada das despesas resultantes da execução do contrato será procedido de acordo com as Autorizações de Produção ou de Veiculação, conforme o caso, emitidas pela Contratante no prazo de até trinta dias após a entrega do material produzido ou veiculação da peça publicitária, condicionado à entrega no protocolo da Contratante, até quinze dias antes ao previsto para o pagamento, acompanhado dos seguintes documentos:

a) nota fiscal/fatura que especifique com clareza o serviço autorizado, mencionando os respectivos números da licitação, do contrato e da Autorização de Produção ou de Veiculação (esta para o caso de comissão de agência);

b) cópia das notas/faturas de serviços de terceiros, expedidas em nome da Contratada.

4.3 – Quaisquer descontos especiais resultantes de negociação, que venham a ser concedidos pelos veículos de comunicação, prestadores de serviços ou fornecedores, deverão ser integralmente repassados para a Contratante.

4.4 – Não serão realizados pagamentos de despesas decorrentes da execução dos serviços objeto do presente Contrato, através de descontos de duplicatas, *factoring* ou quaisquer outras espécies de antecipações de receita.

4.5 – Em caso de atraso dos pagamentos à Contratada, por culpa exclusiva da Administração Municipal, será aplicado como índice de atualização monetária o IPCA – Índice de Preço ao Consumidor Amplo.

4.6 – O atraso na apresentação da fatura por parte da Contratada ou do veículo de comunicação implicará na automática prorrogação do prazo de vencimento pelo período equivalente ao atraso.

4.7 – Constatado que os documentos de cobrança apresentados pela Contratada ou do veículo de comunicação estão incompletos ou contêm erro, o prazo para pagamento somente será contado a partir da reapresentação dos documentos devidamente corrigidos.

4.8 – As formas de remuneração estabelecidas neste Contrato poderão ser renegociadas, no interesse da Contratante, quando da renovação ou da prorrogação deste ajuste.

4.9 – O valor contratado, no que se refere à Tabela Referencial de Preços nº 41, do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina – SINAPRO/SC, poderá ser reajustado após doze meses, da data de apresentação das propostas técnicas no processo licitatório, com base no Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna – IGP-DI, da fundação Getúlio Vargas.

CLÁUSULA QUINTA – DO PREÇO E DAS CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

5.1 – Os preços correspondentes aos serviços contratados são os constantes da proposta de preços mais vantajosa para o Contratante, aceita pela Contratada na licitação que originou o presente Contrato.

5.2 – Os serviços serão entregues na forma e prazos especificados nas respectivas Autorizações de Produção ou de Divulgação emitidas pela Secretaria Comunicação do Município, que poderão variar de caso para caso.

5.3 – A execução do contrato se processará através de Autorizações de Produção ou de Divulgação que especificarão os serviços a serem realizados.

5.4 – Pela prestação dos serviços expressamente solicitados, aprovados e executados, a Contratada e os veículos de comunicação receberão os valores constantes nos orçamentos específicos, apresentados para cada serviço.

5.5 – A contratação de fornecedores ou prestadores de serviços necessários à execução do objeto deste Contrato, por parte da Contratada, nos termos do § 1º do art. 2º da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010 e não constantes da Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/SC, deverão obedecer a exigências a seguir:

a) Somente fornecedores previamente cadastrados no Cadastro de Fornecedores do Município, poderão fornecer a Contratada bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato.

b) O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto na alínea “a” deste item, exigirá sempre a apresentação pela Contratada a Secretaria de Comunicação de 03 (três) orçamentos obtidos entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

c) No caso da alínea “b” deste item, a Contratada procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da Secretaria de Comunicação, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

d) O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea “a” do inciso II do art. 23 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto na alínea “c” deste item.

5.6 – No caso de criação ou produção, a Contratada deverá apresentar memorial descritivo da campanha de publicidade, contendo, no mínimo, os objetivos da campanha, as peças utilizadas e o resumo dos custos.

5.7 – A entrega dos serviços poderá ser prorrogada por iniciativa da Contratada, através de requerimento, justificando os motivos de atraso, devidamente comprovados e com indicação do número de dias da prorrogação pleiteada, cabendo a Contratante aceitar ou não o pedido de prorrogação.

CLÁUSULA SEXTA – DA REMUNERAÇÃO DA CONTRATADA

6.1 – Na execução dos serviços contratados, a agência será remunerada em conformidade com as disposições da Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e demais normas legais e regulamentares vigentes, ficando estabelecido e ajustado o seguinte:

a) Custos internos – o custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou recursos da própria agência, será calculado com base no desconto de% (..... por cento) sobre a Tabela Referencial de Preços nº 41, do SINAPRO/SC.

b) Honorários – os serviços e suprimentos externos terão seus gastos orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela agência e aceitos pelo anunciante, seguindo os procedimentos previstos na cláusula 5.5 deste Contrato.

b.1) O órgão contratante pagará à agência “honorários” de 15% (quinze por cento) sobre os serviços e suprimentos externos contratados com quaisquer fornecedores.

c) Honorários especiais - quando a responsabilidade da agência limitar-se, exclusivamente, à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo, o órgão contratante pagará à agência “honorários” de% (..... por cento).

d) Veiculação – a Contratante pagará à Contratada o valor correspondente ao desconto de agência, na ordem de 20% (vinte por cento) sobre os custos de veiculação, observado o “Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios” instituído pelas Normas Padrão da Atividade Publicitária (Anexo B), por meio do Decreto nº 57.690/66, alterado pelo Decreto nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002, de acordo com os parâmetros estipulados na tabela a seguir:

Investimento Bruto Anual em Mídia	Parcela do “Desconto de Agência” para Reverter ao Anunciante
Até R\$ 2.500.000,00	Nihil
De R\$ 2.500.000,01 a 7.500.000,00	2% do investimento bruto
De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00	3% do investimento bruto
R\$ 25.000.000,01 em diante	5% do investimento bruto

6.2 – Para efeito da aplicação do disposto na tabela acima, os órgãos e entidades da Administração Direta e Indireta do Município serão considerados como um único anunciante, somando-se, cumulativamente, durante a execução dos contratos, os valores correspondentes ao investimento bruto anual em mídia de todos os contratos celebrados pela Contratada com o Município de Joinville.

6.3 – O preço dos serviços de veiculação deverão corresponder à tabela oficial de preços do respectivo veículo.

6.4 – A remuneração observará em qualquer hipótese, os preços tabelados, as condições estabelecidas no Edital e neste Contrato, assim como os descontos obtidos pela Contratada junto aos fornecedores ou prestadores de serviços e veículos de divulgação, segundo compromissos expressos na proposta de preços, pela Contratada.

6.5 – A Contratada não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela Contratante, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este Contrato.

6.6 – As despesas com deslocamento de profissionais da Contratada ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade.

6.7 – Com referência aos textos, layouts, roteiros, montagem e arte-final, será observado:

- a) aqueles que forem rejeitados não serão cobrados pela Contratada;
- b) os que forem aprovados, em que houver decisão posterior da Contratante de cancelamento da veiculação, serão pagos à Contratada.

CLÁUSULA SÉTIMA – PRAZOS

7.1 – O prazo de vigência do contrato para a execução dos serviços ajustados será de quinze meses, contados a partir da data de assinatura, podendo ser prorrogado na forma do inciso II, artigo 57, da Lei 8.666/93.

7.2 – O prazo de execução será de doze meses contados a partir da emissão da Ordem de Serviço, que será emitida em até 60 dias, contados da data da assinatura do contrato.

7.2.1 – O prazo de execução poderá ser prorrogado na forma do inciso II, do artigo 57 da Lei 8.666/93.

7.3 – Para fins de contagem dos prazos previstos será considerado como data de assinatura do contrato a data da última assinatura (dia/mês/ano) dos signatários referenciados no preâmbulo do referido instrumento.

7.4 – O presente Contrato poderá ser rescindido pela Contratante a qualquer tempo nas hipóteses previstas na Lei nº 8.666/93, especialmente na forma disposta no inciso I do art. 79, sem que assista qualquer direito de indenização à Contratada.

7.5 – O prazo contratado poderá ser prorrogado, a critério da Contratante, mediante acordo entre as partes e reduzido a termo, limitado ao prazo máximo de sessenta meses, na forma da Lei nº 8.666/93.

CLÁUSULA OITAVA – RECURSOS PARA ATENDER ÀS DESPESAS

8.1 – As despesas decorrentes desta licitação serão cobertas por meio das seguintes dotações orçamentárias:

xxx/2019 – xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx (fonte)

CLÁUSULA NONA – RESPONSABILIDADES DO CONTRATADA

9.1 – São obrigações da Contratada, além daquelas previstas neste Contrato ou dele derivadas:

- a) operar segundo o mercado oferecendo serviços de qualidade superior;
- b) realizar com seus próprios meios serviços relativos ao objeto deste Contrato, e contratação de terceiros para fornecimento de bens e serviços especializados;
- c) a seu critério, a Contratada poderá utilizar-se de matriz ou filial ou seus representantes em outras localidades para serviços de criação e de produção ou serviços complementares, desde que asseguradas as condições Contratadas;
- d) manter, durante a vigência do contrato, sede, filial ou sucursal em Joinville, com estrutura técnico-operacional compatível e suficiente para atender aos fins e objetivos do presente Contrato;
- e) utilizar os profissionais relacionados para efeitos de comprovação da capacidade de atendimento, constante da Proposta Técnica apresentada pela Contratada na licitação que originou o presente Contrato, para realizar os serviços constantes do objeto, sendo admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, devidamente comprovada e submetida à prévia aprovação da Contratante;
- f) realizar negociações com vistas à obtenção de melhores condições e preços junto a terceiros, transferindo para a Contratante descontos especiais, além dos previstos em tabelas ou contratados; bonificações, reaplicações, prazos de pagamento e quaisquer outras vantagens;
- g) transferir à Contratante descontos decorrentes de antecipações de pagamento;
- h) negociar as melhores condições de preço para os direitos autorais de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, na hipótese de reutilizações de peças publicitárias da Contratante;
- i) realizar cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, três propostas obtidas de empresas de idêntica qualificação técnica, nos termos do item 5.5 deste Contrato. Sendo inviável a obtenção de três propostas, a Contratada deverá, expressamente, proceder à justificativa especificando os motivos;

- j) o procedimento anterior não afasta nem suprime a integral responsabilidade contratual da Contratada perante a Contratante;
- k) somente realizar serviços/despesas com produção e veiculação, ou qualquer outra relacionada ao objeto do Contrato, uma vez expedida a respectiva Autorização de Produção ou de Divulgação, conforme o caso, pela CONTRATANTE;
- l) orientar a execução e supervisionar os trabalhos realizados por terceiros e aprovadas previamente pela Contratante;
- m) adotar imediatas providências em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, comunicados por escrito pela Contratante, sendo respeitadas as obrigações contratuais com terceiros e os honorários da Contratada pelos serviços realizados até a data da ocorrência, desde que tal ocorrência não tenha sido causada pela Contratada;
- n) somente divulgar informações acerca da prestação dos serviços de que trata o Contrato, que envolva o nome da Contratante, através de sua prévia e expressa autorização;
- o) manter, por si, por seus prepostos e contratados, sigilo sobre informações e dados (verbas publicitárias, plano de mídia, matérias publicitárias, dentre outras) que lhe sejam fornecidos para dar execução aos serviços contratados;
- p) oferecer de pronto à Contratante, esclarecimentos acerca de eventuais fatos ou situações noticiadas a respeito da Contratada;
- q) não assumir, durante a vigência do presente Contrato, nenhum encargo de publicidade, promoção ou comunicação de órgão, entidade ou organização, que possam suscitar posições antagônicas, ou de conflito ou de discussão no plano das ideias, filosofias e diretrizes da Contratante;
- r) garantir durante a execução do contrato todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na Concorrência que deu origem a esta avença;
- s) dar integral cumprimento a todas as leis e regulamentos federais, estaduais e municipais que dizem respeito à execução dos serviços contratados, responsabilizando-se por quaisquer sanções ou prejuízos a que der causa;
- t) observar a legislação trabalhista em relação aos seus funcionários e no que diz respeito aos terceiros contratados, apresentando, quando solicitado pela Contratante os comprovantes de que esses encargos, bem como, os previdenciários e fiscais, estão satisfeitos;
- u) assumir inteira responsabilidade por todos os impostos, taxas, tarifas, contribuições ou emolumentos de qualquer esfera de poder e natureza, que incidam ou venham a incidir sobre o objeto do presente Contrato;
- v) responsabilizar-se pelo ônus decorrente de quaisquer ações, demandas, custos e despesas originários de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, assim como, obrigar-se por quaisquer responsabilidades advindas de ações judiciais que lhe sejam atribuídas por força de lei, relativas ao cumprimento deste Contrato;
- w) responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base em legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, pertinentes ao objeto do presente Contrato, eximindo a Contratante de qualquer responsabilidade;
- x) corrigir ou substituir as suas expensas, no total ou em parte, os serviços realizados em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções de execução, mesmo se a peça já estiver sendo veiculada.
- y) manter durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo probatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.
- z) Anualmente a contratada deverá atualizar e encaminhar uma lista atualizada descrevendo capacidade de atendimento, relacionando os profissionais.

CLÁUSULA DÉCIMA – RESPONSABILIDADES DA CONTRATANTE

10.1 – Constituem obrigações da Contratante, além daquelas previstas neste Contrato ou dele provenientes:

- a) cumprir, dentro dos limites legais, com os compromissos financeiros ajustados com a Contratada;
- b) autorizar expressamente os serviços que estejam em conformidade com o solicitado, bem como, emitir orientação acerca da sua execução, ressalvadas solicitações verbais, determinadas pela urgência, as quais

- deverão ser confirmadas por escrito pela Contratante, no prazo de três dias úteis;
- c) propiciar à Contratada todas as informações necessárias para a execução dos serviços solicitados;
- d) notificar formalmente a Contratada acerca de quaisquer irregularidades constatadas na execução do contrato, assim como da incidência de multas, penalidades ou quaisquer débitos de sua responsabilidade.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA FISCALIZAÇÃO

11.1 – A Contratante fiscalizará a execução dos serviços cuja execução foi expressamente autorizada, inclusive, quanto ao cumprimento das especificações técnicas, cabendo-lhe rejeitá-los no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou solicitado.

11.2 – A fiscalização dos serviços, objeto do presente Contrato, será exercida Secretaria de Comunicação, sendo observado o art. 67 da Lei 8.666/93.

11.3 – A fiscalização dos serviços pela Secretaria de Comunicação não desobriga a Contratada de suas responsabilidades para a perfeita execução.

11.4 – A Contratada adotará providências para que qualquer serviço, mesmo o de veiculação, não aceito no todo ou em parte, seja refeito ou corrigido, a suas expensas e nos prazos fixados pela Contratante.

11.5 – É facultado à Contratante, Secretaria de Comunicação, o acompanhamento de todos os serviços que constituem o objeto deste Contrato.

11.6 – Caberá à Secretaria de Comunicação a aprovação final dos trabalhos executados através deste Contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA AVALIAÇÃO DA CONTRATADA

12.1 – A Contratante realizará a qualquer tempo avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação propostos pela Contratada, da diversidade de serviços prestados e benefícios advindos da política de preços praticada.

12.2 – A avaliação será considerada pela Contratante para:

- a) fins de solicitação de melhoria na qualidade dos serviços prestados pela Contratada;
- b) decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente Contrato;
- c) fornecer, quando for solicitado, declarações sobre seu desempenho, como prova de capacitação técnica em licitações.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – PENALIDADES

13.1 – As penalidades que poderão ser cominadas à **CONTRATADA** são as previstas na Lei Federal nº 8.666/93, garantida a prévia defesa no prazo de 05 (cinco) dias úteis:

I – advertência;

II – multa, que será deduzida dos respectivos créditos ou garantia, podendo ainda ser cobrada administrativamente ou judicialmente, correspondente a:

- a)** 1,0% (um por cento) por dia de atraso, a contar do primeiro dia útil da data fixada para entrega do serviço, calculada sobre o valor do serviço em atraso, até o máximo de 20% (vinte por cento).
- b)** 5,0% (cinco por cento) do valor atualizado deste contrato, pela inexecução sem justo motivo, por parte da contratada.

III – suspensão temporária de participação em licitação e **impedimento de contratar** com a Administração Pública, por prazo não superior a 02 (dois) anos.

IV – declaração de inidoneidade quando a **CONTRATADA**, sem justa causa, não cumprir as obrigações assumidas, praticando falta grave, dolosa ou revestida de má-fé, a juízo do **CONTRATANTE**. A pena de inidoneidade será aplicada em despacho fundamentado do Secretário Municipal de Administração e Planejamento, assegurando a defesa do interessado no prazo de 10 (dez) dias da abertura de vista, ponderada a natureza, a gravidade da falta e a extensão do dano efetivo ou potencial.

13.2 – O montante de multas aplicadas à **CONTRATADA** não poderá ultrapassar a 20% (vinte por cento) do valor global do contrato. Caso aconteça, o **CONTRATANTE** terá o direito de rescindir o contrato mediante

notificação.

13.3 – As multas deverão ser pagas junto à Tesouraria da Secretaria de Fazenda do Município até o dia de pagamento que a **CONTRATADA** tiver direito ou poderão ser cobradas judicialmente após 30 (trinta) dias da notificação.

13.4 – Nas penalidades previstas neste contrato, a Administração considerará, motivadamente, a gravidade da falta, seus efeitos, bem como os antecedentes da **CONTRATADA**, graduando-as e podendo deixar de aplicá-las, se admitidas as justificativas da contratada, nos termos do que dispõe o art. 87, *caput*, da Lei nº 8.666/93.

13.5 – As penalidades aplicadas serão registradas no cadastro da **CONTRATADA**.

13.6 – Nenhum pagamento será realizado à **CONTRATADA** enquanto pendente de liquidação qualquer obrigação financeira que lhe for imposta em virtude de penalidade ou inadimplência contratual.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO

14.1 – A rescisão do contrato poderá se dar:

a) Por ato unilateral e escrito da Contratante, nos casos enumerados nos incisos I a XII e XVII do art. 78 (art. 79, I da Lei nº 8.666/93);

b) Amigavelmente, por acordo entre as partes, mediante formalização através de aviso por escrito com antecedência mínima de 30 (trinta) dias, não cabendo indenização de qualquer natureza, exceto para pagamento de serviços comprovadamente aprovados e prestados (art. 79, II da Lei nº 8.666/93);

c) Judicialmente, na forma da legislação vigente (art. 79, III da Lei nº 8.666/93).

14.2 – A rescisão decorrente de inexecução total ou parcial do contrato ensejará a aplicação das penalidades previstas neste contrato e na legislação vigente.

14.3 – Da rescisão contratual originará o direito de a Contratante, incondicionadamente, reter os créditos decorrentes do presente contrato até o limite do valor dos prejuízos causados ou em face ao não cumprimento ou cumprimento irregular do avençado, além das demais sanções estabelecidas no Edital, neste Contrato e em lei, para a plena indenização do erário.

14.4 – Ficam resguardados os direitos da Administração em caso de rescisão administrativa prevista no art. 77 da Lei nº 8.666/93.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DOS DIREITOS AUTORAIS

15.1 – Fica estabelecida a cessão, total e definitiva, dos direitos patrimoniais de uso – das ideias (inclusos os estudos, planos, etc.), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, concebidas, criadas e produzidas em virtude do contrato firmado –, para a propriedade da Contratante, sendo inexigível remuneração adicional a qualquer tempo e título.

15.2 – Deverão ser previamente negociados com a Contratante quaisquer serviços que importem em cessão de direitos autorais de fornecedores da contratada, ou uso de imagem de artistas e modelos, para determinar eventual limitação no seu uso, preço original e de reutilização, e outras condicionantes, através de termo de compromisso formal.

15.3 – A Contratante considerará já incluída no custo de produção toda e qualquer remuneração exigida por terceiros, derivada da cessão de direitos autorais, seja por tempo limitado ou definitivo.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

16.1 – O preposto para tratar de assuntos pertinentes à execução do presente Contrato será o Sr(a)

16.2 – Não é admitida a subcontratação dos serviços internos relativos à execução do objeto do presente Contrato;

16.3 – A Contratada se conduzirá em conformidade com o Código de Ética dos Profissionais da Propaganda e Publicidade e pelas demais normas vigentes, com a finalidade de produzir serviços que estejam de acordo com a lei;

16.4 – O valor previsto no presente Contrato poderá ser utilizado total ou parcialmente, a critério da Contratante, não cabendo à Contratada indenização por qualquer natureza, em face dos eventuais saldos orçamentários ou financeiros que possam existir;

16.5 – O presente contrato poderá ser alterado através de termos aditivos ou modificativos de acordo com o que estabelece o art. 65 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

16.6 – A Contratada obriga-se a aceitar acréscimos, limitados a 25% (vinte e cinco por cento) ou supressões de qualquer ordem no valor inicial e atualizado do Contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – FORO

17.1 – Para dirimir questões decorrentes deste Contrato fica eleito o Foro da Comarca de Joinville, com renúncia expressa a qualquer outro.

17.2 – E, por estarem justas e acertadas, firmam as partes o presente instrumento, em meio eletrônico, através do Sistema Eletrônico de Informações (SEI) do **CONTRATANTE**.

ANEXO III

MINUTA DO CONTRATO

COMPANHIA ÁGUAS DE JOINVILLE

TERMO DE CONTRATO Nº ---/2019

Termo de Contrato de prestação de serviços de publicidade e propaganda que entre si celebram a **COMPANHIA ÁGUAS DE JOINVILLE**, empresa pública, inscrita no CNPJ/MF nº 07.226.794/0001-55, localizada na Rua XV de Novembro, 3.950, Glória, CEP 89216-202, no município de Joinville/SC, representada neste ato pela sua Diretora Presidente, Sr^a. Luana Siewert Pretto, inscrita no CPF sob o nº 047.714.759-38 e pelo Diretor Comercial, Administrativo e Financeiro o Sr. Cicero Gabriel Ferreira Filho, inscrito no CPF/MF sob o nº 039.257.249-40 e a empresa xxxxxx, inscrita no CNPJ nº xx.xxx.xxx/xxxx-xx, doravante denominada **CONTRATADA**, neste ato representada pelo Sr. xxxxxx, CPF nº xxx.xxx.xxx-xx, firmam o presente contrato, oriundo da licitação na modalidade de **Concorrência nº 01/2019**, pelo qual se obriga a prestar os serviços objeto deste Contrato, na forma e condições estabelecidas no edital de licitação e nas cláusulas seguintes, a ser regida pela Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e alterações posteriores, Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965, pelo Regulamento aprovado pelo Decreto nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, alterado pelo Decreto nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002, pela Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, pelo Decreto Municipal nº 20.852, de 25 de junho de 2013, e, no que couber, pelas atuais Normas-Padrão da Atividade Publicitária, aprovadas em 16 de dezembro de 1998 e alterações, e pelo Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, e alterações posteriores e demais normas federais, estaduais e municipais vigentes e condições a seguir:

CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO DO CONTRATO

1.1 – Lote nº 07

1.2 – O presente Contrato tem por objeto a prestação de serviços de publicidade e propaganda, correspondentes ao estudo, ao planejamento, à conceituação, à concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de campanhas de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação; 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; elaboração e registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos identificadores, bem como programação visual; execução de ações de consultoria técnica; execução

de serviços de promoção, não compreendidos como apoios e patrocínios (em conformidade ao disposto no art. 27 do Decreto nº 20.852 de 25 de junho de 2013); e demais serviços inerentes à atividade publicitária, destinados ao atendimento das necessidades de comunicação da Contratante.

CLÁUSULA SEGUNDA – REGIME DE EXECUÇÃO E GESTÃO

2.1 – A execução do presente contrato será pelo regime de **execução indireta de empreitada por preço unitário**.

2.2 – A gestão do termo contratual será realizada pela **COMPANHIA ÁGUAS DE JOINVILLE**, sendo a mesma responsável pela emissão da Ordem de Serviços, fiscalização da execução e controle do contrato, devendo ser observado o disposto no art. 67 da Lei nº 8.666/93.

2.3 – Este contrato fica vinculado ao edital de **Concorrência nº 01/2019**, seus anexos e à proposta da **CONTRATADA**.

CLÁUSULA TERCEIRA – PREÇO

3.1 – A previsão orçamentária para a execução dos serviços contratados, pelo prazo de 12 meses, é de R\$, estando reservados para o período de 2019 o valor de R\$

3.2 – Para o período remanescente, no ano seguinte, a previsão é de R\$, ficando este valor sujeito à aprovação orçamentária.

3.3 – O valor mencionado poderá ser utilizado total ou parcialmente, a critério da contratante, não cabendo à contratada indenização de qualquer espécie pelos saldos, físico ou financeiro, eventualmente não utilizados.

CLÁUSULA QUARTA – CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

4.1 – Despesas Decorrentes da Veiculação da Publicidade e Propaganda:

4.1.1 – O pagamento dos serviços efetivamente prestados será realizado pela Contratante diretamente ao veículo de comunicação, após o aceite dos serviços, de acordo com as respectivas Autorizações de Divulgação emitidas pela Secretaria de Comunicação, no prazo de até 30 (trinta) dias, condicionado à apresentação, nos quinze dias anteriores à data prevista para o pagamento, no protocolo da Contratante, dos seguintes documentos:

a) fatura do veículo de comunicação, contendo o valor bruto da despesa, a parcela referente à comissão da Contratada e o valor líquido devido, mencionando com clareza o serviço autorizado e os respectivos números da licitação, do contrato e da Autorização de Divulgação;

b) tabela oficial de preços do veículo de comunicação, para demonstrar a procedência dos valores a serem pagos;

c) original ou cópia autenticada da página ou parte do jornal, revista, catálogo e outros meios impressos, onde apareça a peça publicitária que foi veiculada, a data da veiculação e o nome do veículo de comunicação;

d) comprovante hábil da exibição da peça publicitária, em rádio, TV, outdoor, painel eletrônico, e assim por diante, cuja veiculação não possa ser demonstrada por meio documental.

4.2 – Despesas Próprias da Contratada e da Comissão de Agência:

4.2.1 – O pagamento à Contratada das despesas resultantes da execução do contrato será procedido de acordo com as Autorizações de Produção ou de Veiculação, conforme o caso, emitidas pela Contratante no prazo de até trinta dias após a entrega do material produzido ou veiculação da peça publicitária, condicionado à entrega no protocolo da Contratante, até quinze dias antes ao previsto para o pagamento, acompanhado dos seguintes documentos:

a) nota fiscal/fatura que especifique com clareza o serviço autorizado, mencionando os respectivos números da licitação, do contrato e da Autorização de Produção ou de Veiculação (esta para o caso de comissão de agência);

b) cópia das notas/faturas de serviços de terceiros, expedidas em nome da Contratada.

4.3 – Quaisquer descontos especiais resultantes de negociação, que venham a ser concedidos pelos veículos de comunicação, prestadores de serviços ou fornecedores, deverão ser integralmente repassados para a

Contratante.

4.4 – Não serão realizados pagamentos de despesas decorrentes da execução dos serviços objeto do presente Contrato, através de descontos de duplicatas, *factoring* ou quaisquer outras espécies de antecipações de receita.

4.5 – Em caso de atraso dos pagamentos à Contratada, por culpa exclusiva da Administração Municipal, será aplicado como índice de atualização monetária o IPCA – Índice de Preço ao Consumidor Amplo.

4.6 – O atraso na apresentação da fatura por parte da Contratada ou do veículo de comunicação implicará na automática prorrogação do prazo de vencimento pelo período equivalente ao atraso.

4.7 – Constatado que os documentos de cobrança apresentados pela Contratada ou do veículo de comunicação estão incompletos ou contêm erro, o prazo para pagamento somente será contado a partir da reapresentação dos documentos devidamente corrigidos.

4.8 – As formas de remuneração estabelecidas neste Contrato poderão ser renegociadas, no interesse da Contratante, quando da renovação ou da prorrogação deste ajuste.

4.9 – O valor contratado, no que se refere à Tabela Referencial de Preços nº 41, do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina – SINAPRO/SC, poderá ser reajustado após doze meses, da data de apresentação das propostas técnicas no processo licitatório, com base no Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna – IGP-DI, da fundação Getúlio Vargas.

CLÁUSULA QUINTA – DO PREÇO E DAS CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

5.1 – Os preços correspondentes aos serviços contratados são os constantes da proposta de preços mais vantajosa para o Contratante, aceita pela Contratada na licitação que originou o presente Contrato.

5.2 – Os serviços serão entregues na forma e prazos especificados nas respectivas Autorizações de Produção ou de Divulgação emitidas pela Secretaria Comunicação do Município, que poderão variar de caso para caso.

5.3 – A execução do contrato se processará através de Autorizações de Produção ou de Divulgação que especificarão os serviços a serem realizados.

5.4 – Pela prestação dos serviços expressamente solicitados, aprovados e executados, a Contratada e os veículos de comunicação receberão os valores constantes nos orçamentos específicos, apresentados para cada serviço.

5.5 – A contratação de fornecedores ou prestadores de serviços necessários à execução do objeto deste Contrato, por parte da Contratada, nos termos do § 1º do art. 2º da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010 e não constantes da Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/SC, deverão obedecer a exigências a seguir:

a) Somente fornecedores previamente cadastrados no Cadastro de Fornecedores do Município, poderão fornecer a Contratada bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato.

b) O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto na alínea “a” deste item, exigirá sempre a apresentação pela Contratada a Secretaria de Comunicação de 03 (três) orçamentos obtidos entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

c) No caso da alínea “b” deste item, a Contratada procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da Secretaria de Comunicação, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

d) O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea “a” do inciso II do art. 23 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto na alínea “c” deste item.

5.6 – No caso de criação ou produção, a Contratada deverá apresentar memorial descritivo da campanha de publicidade, contendo, no mínimo, os objetivos da campanha, as peças utilizadas e o resumo dos custos.

5.7 – A entrega dos serviços poderá ser prorrogada por iniciativa da Contratada, através de requerimento, justificando os motivos de atraso, devidamente comprovados e com indicação do número de dias da prorrogação pleiteada, cabendo a Contratante aceitar ou não o pedido de prorrogação.

CLÁUSULA SEXTA – DA REMUNERAÇÃO DA CONTRATADA

6.1 – Na execução dos serviços contratados, a agência será remunerada em conformidade com as disposições da Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e demais normas legais e regulamentares vigentes, ficando estabelecido e ajustado o seguinte:

a) Custos internos – o custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou recursos da própria agência, será calculado com base no desconto de% (..... por cento) sobre a Tabela Referencial de Preços nº 41, do SINAPRO/SC.

b) Honorários – os serviços e suprimentos externos terão seus gastos orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela agência e aceitos pelo anunciante, seguindo os procedimentos previstos na cláusula 5.5 deste Contrato.

b.1) O órgão contratante pagará à agência “honorários” de 15% (quinze por cento) sobre os serviços e suprimentos externos contratados com quaisquer fornecedores.

c) Honorários especiais - quando a responsabilidade da agência limitar-se, exclusivamente, à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo, o órgão contratante pagará à agência “honorários” de% (..... por cento).

d) Veiculação – a Contratante pagará à Contratada o valor correspondente ao desconto de agência, na ordem de 20% (vinte por cento) sobre os custos de veiculação, observado o “Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios” instituído pelas Normas Padrão da Atividade Publicitária (Anexo B), por meio do Decreto nº 57.690/66, alterado pelo Decreto nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002, de acordo com os parâmetros estipulados na tabela a seguir:

Investimento Bruto Anual em Mídia	Parcela do “Desconto de Agência” para Reverter ao Anunciante
Até R\$ 2.500.000,00	Nihil
De R\$ 2.500.000,01 a 7.500.000,00	2% do investimento bruto
De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00	3% do investimento bruto
R\$ 25.000.000,01 em diante	5% do investimento bruto

6.2 – Para efeito da aplicação do disposto na tabela acima, os órgãos e entidades da Administração Direta e Indireta do Município serão considerados como um único anunciante, somando-se, cumulativamente, durante a execução dos contratos, os valores correspondentes ao investimento bruto anual em mídia de todos os contratos celebrados pela Contratada com o Município de Joinville.

6.3 – O preço dos serviços de veiculação deverão corresponder à tabela oficial de preços do respectivo veículo.

6.4 – A remuneração observará em qualquer hipótese, os preços tabelados, as condições estabelecidas no Edital e neste Contrato, assim como os descontos obtidos pela Contratada junto aos fornecedores ou prestadores de serviços e veículos de divulgação, segundo compromissos expressos na proposta de preços, pela Contratada.

6.5 – A Contratada não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela Contratante, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este Contrato.

6.6 – As despesas com deslocamento de profissionais da Contratada ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade.

6.7 – Com referência aos textos, layouts, roteiros, montagem e arte-final, será observado:

a) aqueles que forem rejeitados não serão cobrados pela Contratada;

b) os que forem aprovados, em que houver decisão posterior da Contratante de cancelamento da veiculação, serão pagos à Contratada.

CLÁUSULA SÉTIMA – PRAZOS

7.1 – O prazo de vigência do contrato para a execução dos serviços ajustados será de quinze meses, contados a partir da data de assinatura, podendo ser prorrogado na forma do inciso II, artigo 57, da Lei 8.666/93.

7.2 – O prazo de execução será de doze meses contados a partir da emissão da Ordem de Serviço, que será emitida em até 60 dias, contados da data da assinatura do contrato.

7.2.1 – O prazo de execução poderá ser prorrogado na forma do inciso II, do artigo 57 da Lei 8.666/93.

7.3 – Para fins de contagem dos prazos previstos será considerado como data de assinatura do contrato a data da última assinatura (dia/mês/ano) dos signatários referenciados no preâmbulo do referido instrumento.

7.4 – O presente Contrato poderá ser rescindido pela Contratante a qualquer tempo nas hipóteses previstas na Lei nº 8.666/93, especialmente na forma disposta no inciso I do art. 79, sem que assista qualquer direito de indenização à Contratada.

7.5 – O prazo contratado poderá ser prorrogado, a critério da Contratante, mediante acordo entre as partes e reduzido a termo, limitado ao prazo máximo de sessenta meses, na forma da Lei nº 8.666/93.

CLÁUSULA OITAVA – RECURSOS PARA ATENDER ÀS DESPESAS

8.1 – As despesas decorrentes desta licitação serão cobertas por meio das seguintes dotações orçamentárias:

xxx/2019 – xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx (fonte)

CLÁUSULA NONA – RESPONSABILIDADES DO CONTRATADA

9.1 – São obrigações da Contratada, além daquelas previstas neste Contrato ou dele derivadas:

- a) operar segundo o mercado oferecendo serviços de qualidade superior;
- b) realizar com seus próprios meios serviços relativos ao objeto deste Contrato, e contratação de terceiros para fornecimento de bens e serviços especializados;
- c) a seu critério, a Contratada poderá utilizar-se de matriz ou filial ou seus representantes em outras localidades para serviços de criação e de produção ou serviços complementares, desde que asseguradas as condições Contratadas;
- d) manter, durante a vigência do contrato, sede, filial ou sucursal em Joinville, com estrutura técnico-operacional compatível e suficiente para atender aos fins e objetivos do presente Contrato;
- e) utilizar os profissionais relacionados para efeitos de comprovação da capacidade de atendimento, constante da Proposta Técnica apresentada pela Contratada na licitação que originou o presente Contrato, para realizar os serviços constantes do objeto, sendo admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, devidamente comprovada e submetida à prévia aprovação da Contratante;
- f) realizar negociações com vistas à obtenção de melhores condições e preços junto a terceiros, transferindo para a Contratante descontos especiais, além dos previstos em tabelas ou contratados; bonificações, reaplicações, prazos de pagamento e quaisquer outras vantagens;
- g) transferir à Contratante descontos decorrentes de antecipações de pagamento;
- h) negociar as melhores condições de preço para os direitos autorais de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, na hipótese de reutilizações de peças publicitárias da Contratante;
- i) realizar cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, três propostas obtidas de empresas de idêntica qualificação técnica, nos termos do item 5.5 deste Contrato. Sendo inviável a obtenção de três propostas, a Contratada deverá, expressamente, proceder à justificativa especificando os motivos;
- j) o procedimento anterior não afasta nem suprime a integral responsabilidade contratual da Contratada perante a Contratante;
- k) somente realizar serviços/despesas com produção e veiculação, ou qualquer outra relacionada ao objeto do Contrato, uma vez expedida a respectiva Autorização de Produção ou de Divulgação, conforme o caso, pela CONTRATANTE;

- l) orientar a execução e supervisionar os trabalhos realizados por terceiros e aprovadas previamente pela Contratante;
- m) adotar imediatas providências em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, comunicados por escrito pela Contratante, sendo respeitadas as obrigações contratuais com terceiros e os honorários da Contratada pelos serviços realizados até a data da ocorrência, desde que tal ocorrência não tenha sido causada pela Contratada;
- n) somente divulgar informações acerca da prestação dos serviços de que trata o Contrato, que envolva o nome da Contratante, através de sua prévia e expressa autorização;
- o) manter, por si, por seus prepostos e contratados, sigilo sobre informações e dados (verbas publicitárias, plano de mídia, matérias publicitárias, dentre outras) que lhe sejam fornecidos para dar execução aos serviços contratados;
- p) oferecer de pronto à Contratante, esclarecimentos acerca de eventuais fatos ou situações noticiadas a respeito da Contratada;
- q) não assumir, durante a vigência do presente Contrato, nenhum encargo de publicidade, promoção ou comunicação de órgão, entidade ou organização, que possam suscitar posições antagônicas, ou de conflito ou de discussão no plano das ideias, filosofias e diretrizes da Contratante;
- r) garantir durante a execução do contrato todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na Concorrência que deu origem a esta avença;
- s) dar integral cumprimento a todas as leis e regulamentos federais, estaduais e municipais que dizem respeito à execução dos serviços contratados, responsabilizando-se por quaisquer sanções ou prejuízos a que der causa;
- t) observar a legislação trabalhista em relação aos seus funcionários e no que diz respeito aos terceiros contratados, apresentando, quando solicitado pela Contratante os comprovantes de que esses encargos, bem como, os previdenciários e fiscais, estão satisfeitos;
- u) assumir inteira responsabilidade por todos os impostos, taxas, tarifas, contribuições ou emolumentos de qualquer esfera de poder e natureza, que incidam ou venham a incidir sobre o objeto do presente Contrato;
- v) responsabilizar-se pelo ônus decorrente de quaisquer ações, demandas, custos e despesas originários de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, assim como, obrigar-se por quaisquer responsabilidades advindas de ações judiciais que lhe sejam atribuídas por força de lei, relativas ao cumprimento deste Contrato;
- w) responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base em legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, pertinentes ao objeto do presente Contrato, eximindo a Contratante de qualquer responsabilidade;
- x) corrigir ou substituir as suas expensas, no total ou em parte, os serviços realizados em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções de execução, mesmo se a peça já estiver sendo veiculada.
- y) manter durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo probatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.
- z) Anualmente a contratada deverá atualizar e encaminhar uma lista atualizada descrevendo capacidade de atendimento, relacionando os profissionais.

CLÁUSULA DÉCIMA – RESPONSABILIDADES DA CONTRATANTE

10.1 – Constituem obrigações da Contratante, além daquelas previstas neste Contrato ou dele provenientes:

- a) cumprir, dentro dos limites legais, com os compromissos financeiros ajustados com a Contratada;
- b) autorizar expressamente os serviços que estejam em conformidade com o solicitado, bem como, emitir orientação acerca da sua execução, ressalvadas solicitações verbais, determinadas pela urgência, as quais deverão ser confirmadas por escrito pela Contratante, no prazo de três dias úteis;
- c) propiciar à Contratada todas as informações necessárias para a execução dos serviços solicitados;
- d) notificar formalmente a Contratada acerca de quaisquer irregularidades constatadas na execução do contrato, assim como da incidência de multas, penalidades ou quaisquer débitos de sua responsabilidade.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA FISCALIZAÇÃO

11.1 – A Contratante fiscalizará a execução dos serviços cuja execução foi expressamente autorizada, inclusive, quanto ao cumprimento das especificações técnicas, cabendo-lhe rejeitá-los no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou solicitado.

11.2 – A fiscalização dos serviços, objeto do presente Contrato, será exercida pela Companhia Águas de Joinville, sendo observado o art. 67 da Lei 8.666/93.

11.3 – A fiscalização dos serviços pela Companhia Águas de Joinville não desobriga a Contratada de suas responsabilidades para a perfeita execução.

11.4 – A Contratada adotará providências para que qualquer serviço, mesmo o de veiculação, não aceito no todo ou em parte, seja refeito ou corrigido, a suas expensas e nos prazos fixados pela Contratante.

11.5 – É facultado à Contratante, Companhia Águas de Joinville, o acompanhamento de todos os serviços que constituem o objeto deste Contrato.

11.6 – Caberá à Companhia Águas de Joinville a aprovação final dos trabalhos executados através deste Contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA AVALIAÇÃO DA CONTRATADA

12.1 – A Contratante realizará a qualquer tempo avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação propostos pela Contratada, da diversidade de serviços prestados e benefícios advindos da política de preços praticada.

12.2 – A avaliação será considerada pela Contratante para:

- a) fins de solicitação de melhoria na qualidade dos serviços prestados pela Contratada;
- b) decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente Contrato;
- c) fornecer, quando for solicitado, declarações sobre seu desempenho, como prova de capacitação técnica em licitações.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – PENALIDADES

13.1 – As penalidades que poderão ser cominadas à **CONTRATADA** são as previstas na Lei Federal nº 8.666/93, garantida a prévia defesa no prazo de 05 (cinco) dias úteis:

I – advertência;

II – multa, que será deduzida dos respectivos créditos ou garantia, podendo ainda ser cobrada administrativamente ou judicialmente, correspondente a:

a) 1,0% (um por cento) por dia de atraso, a contar do primeiro dia útil da data fixada para entrega do serviço, calculada sobre o valor do serviço em atraso, até o máximo de 20% (vinte por cento).

b) 5,0% (cinco por cento) do valor atualizado deste contrato, pela inexecução sem justo motivo, por parte da contratada.

III – suspensão temporária de participação em licitação e **impedimento de contratar** com a Administração Pública, por prazo não superior a 02 (dois) anos.

IV – declaração de inidoneidade quando a **CONTRATADA**, sem justa causa, não cumprir as obrigações assumidas, praticando falta grave, dolosa ou revestida de má-fé, a juízo do **CONTRATANTE**. A pena de inidoneidade será aplicada em despacho fundamentado da Diretora Presidente da Companhia Águas de Joinville, assegurando a defesa do interessado no prazo de 10 (dez) dias da abertura de vista, ponderada a natureza, a gravidade da falta e a extensão do dano efetivo ou potencial.

13.2 – O montante de multas aplicadas à **CONTRATADA** não poderá ultrapassar a 20% (vinte por cento) do valor global do contrato. Caso aconteça, o **CONTRATANTE** terá o direito de rescindir o contrato mediante notificação.

13.3 – As multas deverão ser pagas junto à Tesouraria da Companhia Águas de Joinville até o dia de pagamento que a **CONTRATADA** tiver direito ou poderão ser cobradas judicialmente após 30 (trinta) dias da notificação.

13.4 – Nas penalidades previstas neste contrato, a Administração considerará, motivadamente, a gravidade da falta, seus efeitos, bem como os antecedentes da **CONTRATADA**, graduando-as e podendo deixar de aplicá-las, se admitidas as justificativas da contratada, nos termos do que dispõe o art. 87, *caput*, da Lei nº 8.666/93.

13.5 – As penalidades aplicadas serão registradas no cadastro da **CONTRATADA**.

13.6 – Nenhum pagamento será realizado à **CONTRATADA** enquanto pendente de liquidação qualquer obrigação financeira que lhe for imposta em virtude de penalidade ou inadimplência contratual.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO

14.1 – A rescisão do contrato poderá se dar:

a) Por ato unilateral e escrito da Contratante, nos casos enumerados nos incisos I a XII e XVII do art. 78 (art. 79, I da Lei nº 8.666/93);

b) Amigavelmente, por acordo entre as partes, mediante formalização através de aviso por escrito com antecedência mínima de 30 (trinta) dias, não cabendo indenização de qualquer natureza, exceto para pagamento de serviços comprovadamente aprovados e prestados (art. 79, II da Lei nº 8.666/93);

c) Judicialmente, na forma da legislação vigente (art. 79, III da Lei nº 8.666/93).

14.2 – A rescisão decorrente de inexecução total ou parcial do contrato ensejará a aplicação das penalidades previstas neste contrato e na legislação vigente.

14.3 – Da rescisão contratual originará o direito de a Contratante, incondicionadamente, reter os créditos decorrentes do presente contrato até o limite do valor dos prejuízos causados ou em face ao não cumprimento ou cumprimento irregular do avençado, além das demais sanções estabelecidas no Edital, neste Contrato e em lei, para a plena indenização do erário.

14.4 – Ficam resguardados os direitos da Administração em caso de rescisão administrativa prevista no art. 77 da Lei nº 8.666/93.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DOS DIREITOS AUTORAIS

15.1 – Fica estabelecida a cessão, total e definitiva, dos direitos patrimoniais de uso – das ideias (inclusos os estudos, planos, etc.), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, concebidas, criadas e produzidas em virtude do contrato firmado –, para a propriedade da Contratante, sendo inexigível remuneração adicional a qualquer tempo e título.

15.2 – Deverão ser previamente negociados com a Contratante quaisquer serviços que importem em cessão de direitos autorais de fornecedores da contratada, ou uso de imagem de artistas e modelos, para determinar eventual limitação no seu uso, preço original e de reutilização, e outras condicionantes, através de termo de compromisso formal.

15.3 – A Contratante considerará já incluída no custo de produção toda e qualquer remuneração exigida por terceiros, derivada da cessão de direitos autorais, seja por tempo limitado ou definitivo.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

16.1 – O preposto para tratar de assuntos pertinentes à execução do presente Contrato será o Sr(a)

16.2 – Não é admitida a subcontratação dos serviços internos relativos à execução do objeto do presente Contrato;

16.3 – A Contratada se conduzirá em conformidade com o Código de Ética dos Profissionais da Propaganda e Publicidade e pelas demais normas vigentes, com a finalidade de produzir serviços que estejam de acordo com a lei;

16.4 – O valor previsto no presente Contrato poderá ser utilizado total ou parcialmente, a critério da Contratante, não cabendo à Contratada indenização por qualquer natureza, em face dos eventuais saldos orçamentários ou financeiros que possam existir;

16.5 – O presente contrato poderá ser alterado através de termos aditivos ou modificativos de acordo com o que estabelece o art. 65 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

16.6 – A Contratada obriga-se a aceitar acréscimos, limitados a 25% (vinte e cinco por cento) ou supressões de qualquer ordem no valor inicial e atualizado do Contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – FORO

17.1 – Para dirimir questões decorrentes deste Contrato fica eleito o Foro da Comarca de Joinville, com renúncia expressa a qualquer outro.

17.2 – E, por estarem justas e acertadas, firmam as partes o presente instrumento, em meio eletrônico, através do Sistema Eletrônico de Informações (SEI) do **CONTRATANTE**.

ANEXO IV

DECLARAÇÃO DE QUE O PROPONENTE CUMPRE O DISPOSTO NO INCISO XXXIII DO ART. 7º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL

....., 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](#), acrescido pela Lei nº 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos, conforme art. 7.º, inciso XXXIII, da Constituição Federal.

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

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

Local e Data:

Nome, cargo e assinatura

Razão Social da empresa

ANEXO V

Documentos Provenientes do Processo SEI nº. 18.0.040444-9

- a) Tabela SINAPRO, documento SEI 4851194;
b) Normas Padrão da Atividade Publicitária, documento SEI 1880822;

ANEXO VI**TERMO DE CONFIDENCIALIDADE – SUBCOMISSÃO TÉCNICA****SUBCOMISSÃO TÉCNICA****ORIENTAÇÕES GERAIS**

Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, na forma do art. 10 da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 03 integrantes formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independente do cargo/função exercida no órgão contratante ou de origem.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão/entidade contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão Especial de Licitação.

TERMO DE CONFIDENCIALIDADE

Eu,, *Matrícula nº*, *vinculado(a) ao*, integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pelo(a), para a contratação de agências de propaganda e/ou publicidade para a prestação de serviços de publicidade e propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 8.666/1993, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos analisados.

Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 12.813/2013 e da Lei nº 8.666/1993, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtidas em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa

ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica.

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação.

Data: ____ de _____ de ____.

Assinatura

Justificativa para exigência de índices financeiros

A Secretaria de Comunicação vem, pela presente, justificar a exigência dos índices financeiros previstos no **Edital de Concorrência nº 01/2019**.

Item 10 – DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO, subitem 10.2 – Demonstrativos dos Índices, alínea “I”:
serão habilitadas apenas as empresas que apresentarem índices que atendam as condições abaixo:

Liquidez Corrente $\geq 1,00$

Grau de Endividamento $\leq 1,00$

Os índices estabelecidos não ferem o disposto no art. 31, da Lei 8.666/93 e foram estabelecidos no seu patamar mínimo aceitável, para avaliar a saúde financeira da empresa.

Verifica-se que o Edital da Licitação em pauta atende plenamente a prescrição legal, pois a comprovação da boa situação financeira da empresa está sendo feita de forma objetiva, através do cálculo de índices contábeis previstos no item 10.2, alínea “I”, do Edital, apresentando a fórmula na qual deverá ser calculado cada um dos índices e o limite aceitável de cada um para fins de julgamento.

O índice de Liquidez Corrente identifica a capacidade de pagamento da empresa a curto prazo, considerando tudo o que se converterá em dinheiro (a curto prazo), relacionando com tudo o que a empresa já assumiu como dívida (a curto prazo).

O índice de Endividamento nos revela o nível de endividamento da empresa, ou seja, o quanto que o ativo esta sendo financiado por capitais de terceiros. Os índices maiores que 0,70 indicam que os capitais de terceiros superam o ativo (bens e direitos).

Os índices estabelecidos para a Licitação em pauta (LC $\geq 1,00$) e Índice de Endividamento Total – (GE $\leq 1,00$) não ferem o disposto no art. 31, da Lei 8.666/93 e foram estabelecidos no seu patamar mínimo aceitável, para avaliar a saúde financeira da empresa.



Documento assinado eletronicamente por **Marco Aurelio Braga Rodrigues, Secretário (a)**, em 29/10/2019, às 15:30, conforme a Medida Provisória nº 2.200-2, de 24/08/2001, Decreto Federal nº8.539, de 08/10/2015 e o Decreto Municipal nº 21.863, de 30/01/2014.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <https://portalsei.joinville.sc.gov.br/> informando o código verificador **4918884** e o código CRC **2AAF9051**.

Av. Herman August Lepper, 10 - Bairro Centro - CEP 89221-005 - Joinville - SC - www.joinville.sc.gov.br

18.0.101468-7

4918884v12