

## ANEXO I.

### TERMO DE REFERÊNCIA.

#### 1. OBJETO:

1.1. Prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência do Município aos veículos e demais meios de divulgação.

1.2. Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela contratada;
- b) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária;
- c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, atendidas as prescrições estabelecidas para as ações publicitárias contratadas.

1.3. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos terão a finalidade de:

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

1.4. Os serviços previstos nesse termo não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

1.6. Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou de interesse da Prefeitura Municipal de Ouvidor-GO.

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

1.8. A contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos neste termo.

1.9. A contratada atuará de acordo com solicitação do Município, indistintamente e independentemente de

sua classificação no referido certame atendidas às condições para execução e gestão dos interesses de comunicação do Município.

## 2. DA JUSTIFICATIVA:

A contratação dos serviços indicados neste Termo tem como objetivo divulgar à sociedade, de forma clara e transparente, as ações governamentais do Município de Ouvidor, no que se refere à administração do patrimônio público, a implementação, acompanhamento e resultados dos programas sociais, projetos e ações dos órgãos e entidades públicas do Município, bem como as metas e indicativos propostos, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideais, princípios, iniciativas ou instituições, e de informação ao público em geral.

## 3. DO VALOR ESTIMADO E DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:

3.1. O valor total estimado das contratações é de **R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais)** mensais e de **R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais)** para os próximos 12 (doze) meses.

3.1.1. A administração se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos indicados acima.

3.2. As despesas decorrentes das futuras contratações correrão por conta da seguinte dotação orçamentária:

**4 - Administração. 122 - Administração Geral.1003 - COORDENAÇÃO GERAL. 4.004 - MANUTENCAO DA SECRETARIA ADMINISTRAÇÃO. 3.3.90.39 - OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS-PESSOA JURÍDICA.**

## 4. REMUNERAÇÃO E DOS DESCONTO DE AGÊNCIA:

4.1. Pelos serviços prestados e de acordo com a tabela de preços do Sindicato da Agências de Propagandas de Goiás – SINAPRO/GO vigente, a contratada será remunerada e ressarcida conforme disposto a seguir:

4.1.1. Percentual de desconto sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás, com o **máximo de 30% (trinta por cento)**;

4.1.2. Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição proporcione à contratada o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, com limite **mínimo de 7% (sete por cento) e máximo de 15% (quinze por cento)**;

4.1.3. Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à contratada o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, com limite **mínimo 5% (cinco por cento) e máximo de 10% (dez por cento)**;

4.1.4. Percentual de honorários incidente sobre os custos de contratação ou pagamento de serviços ou suprimentos e pesquisas, quando a responsabilidade da agência limitar-se exclusivamente à contratação, supervisão ou o seu pagamento, estabelecendo limite **mínimo de 5% (cinco por cento) e máximo de 10% (dez por cento)**.

4.2. Além da remuneração prevista no subitem 4.1, a contratada fará jus ao desconto de agência, no valor de **20% (vinte por cento)**, concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº



4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.

4.2.1. Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela contratada.

4.3. A contratada não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

4.4. Despesas com deslocamento de profissionais da contratada, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade.

4.5. 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.

4.6. As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da contratante, quando da renovação ou da prorrogação do contrato firmado.

4.7. Além das formas de remuneração previstas acima, a contratada fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65.

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

## 5. VIGÊNCIA CONTRATUAL:

5.1. O contrato oriundo do certame, **terá vigência de 12 (doze) meses**, podendo ser prorrogado, a critério da administração, nos termos da Lei Federal 14.133/21.

5.1.1. A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da contratada, a ser procedida pela contratante, em conformidade com o art. 38 da Instrução Normativa SECOM nº 4, de 21.12.10.

## 6. DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA PARA HABILITAÇÃO:

6.1. No mínimo 01 (um) Atestado de Capacidade Técnica, fornecido por pessoa jurídica de direito PÚBLICO ou PRIVADO, que comprove a licitante já ter executado a qualquer tempo, serviços compatíveis e com características semelhantes com o objeto deste Termo.

6.2. Cópia do Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, art. 4º, §1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, ou entidade equivalente.

## 7. DO CRITÉRIO DE ACEITABILIDADE DAS PROPOSTAS:

7.1. Serão desclassificadas as propostas que:

7.1.1. Não atendam às exigências deste Termo e do Instrumento Convocatório;

7.1.2. Não comprove que a licitante tem capacidade de executar os serviços objeto deste Termo.

## 8. DA FORMA DE APRESENTAÇÃO DA DOCUMENTAÇÃO:

8.1. O Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada, deverá ser apresentada da seguinte forma:

- 8.1.1. Em papel A4, branco, com 75gr/m<sup>2</sup> a 90gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
- 8.1.2. Com espaçamento de 2cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda e 3cm nas margens superior e inferior;
- 8.1.3. Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- 8.1.4. Com textos justificados;
- 8.1.5. Com espaçamento “simples” entre as linhas;
- 8.1.6. Com texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, estilo “normal”, cor “automático”, tamanho “12 pontos”;
- 8.1.7. Com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- 8.1.8. Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- 8.1.9. Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75gr/m<sup>2</sup> a 90gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco;
- 8.1.10. Sem identificação da licitante.

8.2. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, deverá ser a cópia do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.3. As peças gráficas da Ideia Criativa poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura e caiba dentro do invólucro fornecido pela Comissão de Licitação, sem limitação de cores, com ou sem suporte e/ou passe-partout, e poderão ser impressas em papel A4 branco ou A3 branco dobrado com gramatura a critério da licitante, e que não marque ou amasse o invólucro nº 1.

## 9. DAS PROPOSTAS TÉCNICAS:

9.1. A Proposta Técnica consistirá em 04 (quatro) quesitos, a saber:

9.1.1. **Plano de Comunicação – Invólucros 1 e 2** - a interessada apresentará Plano de Comunicação, elaborado com base no Briefing (Anexo II), o qual compreenderá os seguintes quesitos:

9.1.1.1. **Raciocínio Básico:** texto elaborado no máximo em 01 (uma) lauda em que a interessada demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no Briefing;

9.1.1.2. **Estratégia de Comunicação Publicitária:** texto em que a interessada apresentará e defenderá o partido temático e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação do Município de Ouvidor, além de explicitar e defender os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação.

9.1.1.3. **Ideia criativa:**

a) Texto em que a interessada se limitará a apresentar a síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não assumir a forma de um slogan passível de ser utilizado em ações de comunicação do Município de Ouvidor. A ideia criativa deve constituir uma proposta de solução do problema específico de comunicação;

b) Como parte do quesito Ideia Criativa, a interessada apresentará campanha



publicitária de acordo com o estabelecido no briefing (ANEXO II) com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com a redução de mensagem. Os exemplos de peças podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layouts, story-board impresso e “monstro” de peça de rádio, com ou sem música, limitados ao máximo de 06 (seis) peças, sendo uma para cada meio (convencional ou não convencional) de divulgação proposto pela interessada.

**9.1.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia**, constituída de:

- a) Texto de acordo com as informações do Briefing, demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha (permitida a inclusão de tabelas e gráficos) e indicará o uso dos recursos de comunicação do Município de Ouvidor. Não existem restrições quanto a formatação e tipologia para os gráficos e tabelas;
- b) Simulação de plano de distribuição das peças do quesito Ideia Criativa, constando apenas o período de veiculação; os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, separadamente por meios de veiculação e os valores (absolutos e percentuais) alocados em produção, com a apresentação de PI (Pedido de Inserção). Não existem restrições quanto a formatação e tipologia para os gráficos, PI e tabelas.

**9.1.1.5.** No cálculo de alocação dos valores para a produção e veiculação da campanha de que trata a alínea b) do **item 9.1.1.3**, a interessada utilizará como referencial uma verba de **R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais)** para o período de 30 (trinta) dias.

**9.1.1.6.** Os textos pertinentes ao Plano de Comunicação estão limitados a oito laudas, e deverão seguir as regras de formatação apresentadas no Item 8.1. acima, ressalvado que os roteiros e as peças de que trata b) do item 9.1.1.3, e os textos, tabelas, gráficos e planilhas referentes às alíneas a) e b) do item 9.1.1.4, não serão computados neste limite de laudas.

**9.1.1.7.** A critério do Município de Ouvidor as campanhas publicitárias das propostas vencedoras poderão ou não vir a ser produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

**9.1.2. Capacidade de Atendimento - Invólucro 3** - A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte ‘Arial’, tamanho ‘12 pontos’, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**9.1.2.1.** Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 9.1.2. poderá ser editada em papel A3 dobrado, orientação paisagem;

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

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

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



- a) Relação nominal dos principais clientes atendidos pela interessada à época da apresentação das propostas Técnicas e de Preço, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;
- b) A quantificação e a qualificação dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato;
- c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato;
- d) A sistemática de atendimento, discriminando-se os procedimentos de atendimento a serem cumpridos pela interessada, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas e audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Município de Ouvidor sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

**9.1.3. Repertório - Invólucro nº 3** - A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'Arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**9.1.3.1.** Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 9.1.3. poderá ser editada em papel A3 dobrado, orientação paisagem;

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

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

**9.1.3.4.** A licitante deverá apresentar conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados pela interessada, para anunciantes que não seja o Município de Ouvidor, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver. A interessada deverá apresentar 8 (oito) peças, sendo pelo menos uma para cada um dos seguintes meios de divulgação: TV, rádio, revista, jornal e outdoor. Cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação da interessada, título, data de produção, período de veiculação e menção de pelo menos dois veículos que a divulgaram, com exceção ao meio revista, que poderá apresentar apenas 01 (um) veículo que a divulgou. Os vídeos deverão ser fornecidos em DVD e os spots e/ou jingles, em CD-ROM ou DVD.

**9.1.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - Invólucro 3** – A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'Arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**9.1.4.1.** Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 9.1.4. poderá ser editada em papel A3 dobrado, orientação paisagem;

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

**9.1.4.3.** A Interessada deverá apresentar dois cases, relatando, em no máximo duas laudas cada, soluções de problemas de comunicação, formalmente referendados pelos respectivos anunciantes, permitida a inclusão de até cinco peças de qualquer tipo para cada relato. Os relatos apresentados não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo Município de Ouvidor.

**9.1.5.** As peças gráficas do Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (itens 9.1.3 e 9.1.4) poderão ser apresentadas no tamanho adequado ao invólucro, soltas, encadernadas ou não, e no papel de preferência do licitante.

## 10. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA:

**10.1.** As propostas técnicas serão examinadas e julgadas pela Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros, utilizando como critério de julgamento técnico os seguintes atributos dispostos a seguir:

### **10.1.1. Plano de Comunicação:**

**10.1.1.1. Raciocínio Básico** – a acuidade de compreensão das características da Prefeitura Municipal de Ouvidor e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária, bem como da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município com seus públicos e seu papel no atual contexto social, político e econômico;

**10.1.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária** – a adequação do partido temático e o do conceito propostos à natureza e à qualificação do Município de Ouvidor e a seu problema específico de comunicação a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa, a riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação a Prefeitura Municipal de Ouvidor com seus públicos;

**10.1.1.3. Ideia Criativa** – sua adequação ao problema específico de comunicação da Prefeitura Municipal de Ouvidor, a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações, a simplicidade da forma sob a qual se apresenta e a sua pertinência às atividades do Município de Ouvidor e à sua inserção na sociedade, bem como os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados e ainda a exequibilidade das peças e a compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos;

**10.1.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia** – o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários, a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos, a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação à sua estratégia, a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do Município de Ouvidor e da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças, bem como a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

**10.1.2. Capacidade de Atendimento:** o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias,

a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros a adequação das instalações, da infra- estrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato.

**10.1.3. Repertório:** será avaliada a ideia criativa e sua pertinência, a clareza da exposição e a qualidade da execução bem como o acabamento das peças apresentadas.

**10.1.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:** Será avaliada a concatenação lógica da exposição, a evidência de planejamento publicitário, a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução, bem como a relevância dos resultados apresentados.

**10.2.** A nota da Proposta Técnica estará limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir:

**10.2.1.** Aos quesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

**10.2.1.1.** Plano de Comunicação - 70 (setenta) pontos, distribuídos da seguinte maneira:

- a) Raciocínio Básico – 10 (dez) pontos;
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária – 20 (vinte) pontos;
- c) Ideia criativa – 30 (trinta) pontos;
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia – 10 (dez) pontos.

**10.2.1.2.** Capacidade de atendimento – 10 (dez) pontos;

**10.2.1.3.** Repertório – 10 (dez) pontos;

**10.2.1.4.** Relatos de soluções de problemas de comunicação – 10 (dez) pontos.

**10.2.2.** A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão Técnica.

**10.2.3.** A nota de cada interessada corresponderá à soma das notas dos quesitos.

**10.3.** Será desclassificada a Proposta que:

**10.3.1.** Não atender às exigências do presente Termo Referencial, Edital e seus anexos;

**10.3.2.** Não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;

**10.3.3.** Obter nota zero na média em quaisquer dos quesitos a que se referem os Item 10.1.1 e seus subitens, e Itens 10.1.2. a 10.1.4.

**10.4.** Serão consideradas classificadas na fase do julgamento técnico as interessadas que obtiverem a pontuação igual ou superior a 70 (setenta) pontos na soma das notas dos quesitos.

**10.5.** Se houver empate que impossibilite a identificação automática da ordem de classificação desta fase, será considerada mais bem-classificada a interessada que obtiver a maior pontuação no item **10.1.1.3.**

**10.6.** Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão de Licitação do Município de Ouvidor.

**10.7.** A nota do quesito corresponderá a média aritmética das notas de cada membro da Comissão

responsável pela análise técnica e será calculada com 01 (uma) casa decimal após a vírgula.

10.8. Será classificada em primeiro lugar, na fase da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação no somatório das notas dos quesitos.

## 11. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS:

11.1. Serão desclassificadas as propostas de preços que:

- 11.1.1. Não atenderem as disposições contidas no Edital e seus anexos;
- 11.1.2. Apresentarem valor simbólico, irrisório ou valor zero;
- 11.1.3. Apresentarem vantagens baseadas nas ofertas dos demais licitantes;
- 11.1.4. Apresentarem valores superiores aos praticados no mercado;
- 11.1.5. Apresentarem percentual de desconto sobre custos internos superior a 30% (trinta por cento), baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás;
- 11.1.6. Apresentarem percentual de honorários inferior a 7% (sete por cento) ou superior a 15% (quinze por cento) incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes a elaboração de peças e materiais cujas distribuições proporcionem à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação;
- 11.1.7. Apresentarem percentual de honorários inferior a 5% (cinco por cento) ou superior a 10% (dez por cento) incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes a elaboração de peças e materiais cujas distribuições não proporcionem à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação;
- 11.1.8. Apresentarem percentual de honorários incidente sobre os custos de contratação ou pagamento de serviços, suprimentos e pesquisa, quando a responsabilidade da agência se limitar exclusivamente à contratação, supervisão ou o seu pagamento, inferior a 5% (cinco por cento) ou superior a 10% (dez por cento).

11.2. A Comissão atribuirá notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme a tabela a seguir:

DESCONTO / HONORÁRIOS	NOTAS (N)
PERCENTUAL DE DESCONTO SOBRE OS CUSTOS INTERNOS, BASEADOS NA TABELA DE CUSTOS REFERENCIAIS DO SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE GOIÁS, LIMITADOS AO MÁXIMO DE 30% (TRINTA POR CENTO).	$P1 = 4,0 \times \text{DESCONTO EM PERCENTUAL}$
PERCENTUAL DE HONORÁRIOS INCIDENTE SOBRE OS CUSTOS DE SERVIÇOS DE TERCEIROS, REFERENTES A ELABORAÇÃO DE PEÇAS E MATERIAIS CUJA DISTRIBUIÇÃO PROPORCIONE À LICITANTE O DESCONTO DE AGÊNCIA A SER CONCEDIDO PELOS VEÍCULOS DE DIVULGAÇÃO, COM LIMITE MÍNIMO DE 7% (SETE POR CENTO) E MÁXIMO DE 15% (QUINZE POR CENTO).	$P2 = 6,0 \times (15,0 - \text{HONORÁRIOS EM PERCENTUAL})$
PERCENTUAL DE HONORÁRIOS INCIDENTE SOBRE OS CUSTOS DE SERVIÇOS DE TERCEIROS, REFERENTES À ELABORAÇÃO DE PEÇAS E MATERIAIS CUJA DISTRIBUIÇÃO NÃO PROPORCIONE À LICITANTE O DESCONTO DE AGÊNCIA A SER CONCEDIDO PELOS VEÍCULOS DE DIVULGAÇÃO, COM LIMITE MÍNIMO DE 5% (CINCO POR CENTO) E MÁXIMO DE 10% (DEZ POR CENTO).	$P3 = 4,0 \times (10,0 - \text{HONORÁRIOS EM PERCENTUAL})$
PERCENTUAL DE HONORÁRIOS INCIDENTE SOBRE OS CUSTOS DE CONTRATAÇÃO OU PAGAMENTO DE SERVIÇOS OU SUPRIMENTOS E PESQUISA, QUANDO A RESPONSABILIDADE DA AGÊNCIA SE LIMITAR EXCLUSIVAMENTE À CONTRATAÇÃO, SUPERVISÃO OU O SEU PAGAMENTO, ESTABELECIDO LIMITE MÍNIMO DE 5% (CINCO POR CENTO) E MÁXIMO DE 10% (DEZ POR CENTO).	$P4 = 4,0 \times (10,0 - \text{HONORÁRIOS EM PERCENTUAL})$

11.2.1. O percentual do desconto sobre os custos internos será dividido por 10 (dez), (exemplo:

desconto de 40% = 4; desconto de 50% = 5).

- 11.3.** As notas serão calculadas com 02 (duas) casas decimais, desprezando-se as demais.
- 11.4.** A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela acima, como segue:  $NP = P1+P2+P3+P4$ .
- 11.5.** A proposta de preços que obtiver o maior somatório das notas será considerada como a de menor preço.
- 11.6.** Tendo como base a Pontuação Técnica (PT) e a Nota de Preço (NP), encontrar-se-á a Nota de Avaliação (NA), que indicará a proposta vencedora do certame, através do seguinte cálculo:
- 11.6.1.** A Nota de Avaliação (NA) de cada proposta classificada será determinada mediante o somatório das Notas da Licitante obtidas nas propostas técnicas e de preço, utilizando para tanto as fórmulas abaixo:
- Nota Técnica (NT) = Pontuação Técnica (PT) x 0,70  
Nota de Preço (NP) = Preço da Licitante (PL) x 0,30  
Nota de Avaliação (NA) = NT + NP
- 11.6.2.** Os valores numéricos serão calculados com duas casas decimais, desprezadas as frações remanescentes.
- 11.7.** Será considerada vencedora do certame a licitante que obtiver a maior nota de avaliação (NA), e somente após a classificação final é que será marcada a nova sessão pública para a abertura de invólucro de “DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO”.

## 12. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA:

- 12.1.** Constituem obrigações da contratada, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:
- 12.1.1.** Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade;
- 12.1.2.** Comprometer-se em ter e manter, após contratada, equipe de atendimento no Município de Ouvidor - GO e equipe de criação e produção necessária para cumprimento do objeto da licitação, com estrutura suficiente para atender às necessidades administrativas e de atendimento e com alocação dos perfis necessários, dimensionados de acordo com a demanda de comunicação aprovada pelo Município;
- 12.1.3.** Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e serviços especializados e veículos – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo Município;
- 12.1.4.** Utilizar, na elaboração dos serviços, os profissionais indicados na Proposta Técnica para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à contratante;
- 12.1.5.** Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas.
- 12.2.** Pertencem à contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da contratada.



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

**12.4.** O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à contratante, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

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

**12.6.** O desrespeito ao disposto no contrato constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da contratada e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

**12.7.** Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da contratante.

**12.8.** Observar as seguintes condições para a prestação dos serviços especializados à contratante:

I - fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados, aptos a fornecer à contratada bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

III - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV - exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

V - a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

**12.9.** Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a contratada deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da contratante.

**12.10.** Se e quando julgar conveniente, a contratante poderá:

a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela contratada quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (meio por cento) do valor global deste contrato;

b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.



**12.11.** Cabe à contratada informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

**12.12.** É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

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

II - dirigente ou empregado da contratada tenha participação societária ou vincula comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

**12.13.** Obter a aprovação prévia da contratante, por escrito, para autorizar despesas com serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

**12.14.** A contratada só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da contratante, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

**12.15.** Apresentar à contratante, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no contrato e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

**12.16.** Apresentar à contratante, como alternativa ao estipulado neste termo, o estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

**12.17.** Encaminhar, sempre que solicitado pela contratante, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, nos seguintes formatos:

a) TV e Cinema: cópias em Betacam, e/ou DVD e/ou arquivos digitais;

b) Internet: cópias em pen drive, CD ou mídia em formato passível de arquivo físico junto ao Controle interno do município;

c) Rádio: cópias em CD, com arquivos digitais;

d) Mídia impressa e material publicitário: cópias em CD, com arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados.

**12.18.** As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD ou pen drive, caso atenda à solicitação da contratante.

**12.19.** Deverá garantir ainda:

a) Que a instituição e manutenção de acervo da propaganda da contratante, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;

b) Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo probatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material

- 
- produzidos, independentemente do estipulado neste Termo;
- c) Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela contratante;
  - d) Garantir que o material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela contratante e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas neste Termo;
  - e) Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da contratante, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da contratada pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria contratada ou por fornecedores e veículos por ela contratados;
  - f) Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da contratante, sem sua prévia e expressa autorização;
  - g) Prestar esclarecimentos à contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a contratada, independentemente de solicitação;
  - h) Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira;
  - i) Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas no processo licitatório, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010;
  - j) Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior;
  - k) Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados;
  - l) Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos me decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado;
  - m) Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados;
  - n) Apresentar, quando solicitado pela contratante, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais;
  - o) Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria contratante;
  - p) Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da contratante.

**12.20.** Responder perante a contratante e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato;

- 12.21.** Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a contratante;
- 12.22.** Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente termo;
- 12.23.** Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a contratada adotará as providências necessárias no sentido de preservar a contratante e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à contratante as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento;
- 12.24.** Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste termo;
- 12.25.** Informar à contratante os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pela contratante e encaminhar relatório até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior;
- 12.26.** Realizar reuniões periódicas, na sede do contratante, com o gestor do contrato, visando ao aprimoramento e à eficiência dos serviços prestados, formalizando em ata o conteúdo das reuniões;
- 12.26.1.** Todas as eventuais despesas de locomoção, incluindo diárias, passagens, estada e alimentação, para a reunião na sede da contratante serão custeadas pela contratada.
- 12.27.** Reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, a suas expensas (sem quaisquer ônus para o contratante), no total ou em parte, as peças em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções;
- 12.28.** Assumir todos os gastos e despesas que fizer para o adimplemento das obrigações decorrentes do contrato;
- 12.29.** Realizar os serviços para os quais foi contratada de acordo com o estabelecido no projeto básico e em observância às recomendações aceitas pela boa técnica e às normas e legislação;
- 12.30.** Manter os técnicos responsáveis pela prestação dos serviços devidamente identificados por crachás quando em trabalho nas instalações do Município;
- 12.31.** Responsabilizar-se por eventuais ônus decorrentes do inadimplemento de quaisquer obrigações com terceiros;
- 12.32.** Arcar com as despesas decorrentes de qualquer infração, seja qual for, desde que praticada por seus técnicos durante a execução dos serviços, ainda que nos recintos da Prefeitura Municipal;
- 12.33.** Responsabilizar-se por qualquer ação, na Justiça do Trabalho ou outro foro competente, movida por seus funcionários ou contratados;
- 12.34.** Os profissionais necessários para a prestação dos serviços deverão estar sob responsabilidade da contratada e em conformidade com a legislação trabalhista vigente;
- 12.35.** Nenhum contratado ou empregado da contratada terá vínculo empregatício com o Município de

Ouvidor.

**12.36.** Caberá ainda à contratada indicar um preposto responsável pelo contrato, que deverá:

- a) atuar em todas as etapas e fases da campanha, avaliando o seu desenvolvimento e promovendo ações que assegurem o cumprimento dos resultados contratados;
- b) prestar apoio técnico aos componentes de sua equipe;
- c) responder pela gestão de seus técnicos, coordenando as tarefas executadas;
- d) garantir a qualidade nas tarefas compatíveis com os padrões e normas utilizados e definidos pelo Município de Ouvidor através dos indicadores de níveis de serviço;
- e) repassar o conhecimento necessário para a execução das tarefas previamente negociadas aos técnicos por ela alocados, que venham a desempenhá-las;
- f) garantir nos prazos acordados a entrega/transmissão dos serviços;
- g) resolver conflitos, em conjunto com a equipe especializada da Prefeitura Municipal.

**12.37.** Sujeitar-se à mais ampla e irrestrita fiscalização por parte do gestor designado pela Prefeitura Municipal de Ouvidor-GO para acompanhamento da execução do contrato, prestando-lhe os esclarecimentos solicitados e atendendo as reclamações formuladas.

### **13. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE:**

**13.1.** Constituem obrigações da contratante, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a contratada;
- b) fornecer e colocar à disposição da contratada todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- c) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à contratada e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela contratada;
- e) notificar, formal e tempestivamente, a contratada sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- f) notificar a contratada, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

**13.2.** A juízo da contratante, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a contratada apresentou no processo licitatório poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

### **14. DA FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO:**

**14.1.** A contratante fiscalizará a execução dos serviços contratados, por meio de servidor especialmente

designado, aos quais caberá, ainda, a verificação do cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

**14.2.** O fiscal contratual deverá registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção.

**14.3.** A fiscalização pela contratante em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da contratada pela perfeita execução dos serviços.

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

**14.5.** A contratada adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a contratante.

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

**14.7.** A ausência de comunicação por parte da contratante, referente a irregularidade ou falhas, não exime a contratada das responsabilidades determinadas neste contrato.

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

**14.9.** A contratada se obriga a permitir que a auditoria interna da contratante e ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à contratante.

**14.10.** À contratante é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela contratada.

**14.11.** A contratante avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela contratada.

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

**14.12.2.** Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada aos Gestores deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

## **15. DIREITOS AUTORAIS:**

**15.1.** A contratada cede à contratante os direitos autorais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

**15.1.1.** O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas na Cláusula Oitava deste contrato;

**15.1.2.** A contratante poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros,

durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a contratada, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

**15.2.** Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a contratada solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela contratante.

**15.2.1.** A contratada utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela contratante.

**15.2.1.1.** Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela contratante em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

**15.2.1.1.1.** O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice INPC, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

**15.2.2.** Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela contratante aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

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

**15.4.** A contratada se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela contratante.

**15.5.** A contratada se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

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

II – que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a contratante poderá solicitar cópia de imagens contidas no material produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da contratada ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

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

**15.5.1.** Se a contratante pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, e adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos

da legislação.

## 16. LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS:

**16.1.** Para a liquidação e pagamento dos serviços previamente autorizados pela contratante, a contratada deverá apresentar:

I - a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra legível, me nome do Município de Ouvidor, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;

II - a primeira via do documento fiscal do fornecedor ou do veículo de comunicação;

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

**12.1.1.** Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela contratada à contratante, no endereço Av. Irapuan Costa Júnior, nº 915, centro, da Prefeitura Municipal de Ouvidor-GO.

**12.1.2.** Os Gestores deste contrato somente atestarão os documentos para pagamento quando cumpridas pela contratada todas as condições pactuadas.

**16.2.** O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, em até **30 (trinta) dias** após o atesto do Município da documentação apresentada.

**16.3.** No tocante à veiculação, a contratada fica obrigada a apresentar, sem ônus para a contratante, os seguintes comprovantes:

I- Revista: exemplar original;

II - Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;

III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos das cláusulas contratuais perante a contratante, a impossibilidade de fazê-lo.

**16.4.** Nos casos em que restar demonstrada, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a contratada deverá apresentar:

I. Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

I.1) como alternativa ao procedimento previsto no inciso I, a contratada poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas no inciso I deste subitem.

I.2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos incisos I e I.1 deste subitem,

a contratada poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

II. Mídia Exterior:

II.1) Mídia *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.2) Mídia Digital *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.3) Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

III. Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o *print* da tela.

**12.4.1.** As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem serão estabelecidas formalmente pela contratante, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

**16.5.** Antes da efetivação dos pagamentos, será realizada a comprovação de regularidade da contratada no sistema de cadastro.

**16.5.1.** A contratada deverá apresentar, conforme o caso, Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social - CND, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional, e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município, se:

I - não estiver cadastrada no Sistema de Cadastro;

II - se sua situação no Sistema de cadastro apresentar documentação obrigatória vencida.

**16.6.** Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a contratante, a seu juízo, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

**16.6.1.** Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

**16.7.** A contratante não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da contratada, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

**16.8.** A contratante não pagará nenhum compromisso, assumido pela contratada, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

**16.9.** Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela contratada em até 30 (trinta) dias após o recebimento da ordem bancária da contratante pela agência bancária pagadora.

**16.9.1.** A contratada informará à contratante os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pela contratante e encaminhará relatório até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

**16.9.1.1.** Os dados e formato dos controles serão definidos pela contratante, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento da contratante, data do pagamento da contratada, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

**16.9.2.** O não cumprimento do disposto nos subitens anteriores ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da contratada, até que seja resolvida a pendência.

**16.9.2.1.** Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contado da notificação da contratante, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da contratada.

**16.9.2.2.** Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem, a contratante poderá optar pela rescisão do contrato e ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente ao fornecedor de serviços especializados ou ao veículo, conforme o caso.

**16.9.2.3.** Para preservar o direito dos fornecedores e veículos em receber com regularidade pelos serviços prestados e pela venda de tempos e ou espaços, a contratante poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela contratada, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos, em operações bancárias concomitantes.

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

**16.10.** A contratante, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

## **17. GARANTIA CONTRATUAL:**

**17.1.** A contratada prestará garantia, em favor da contratante, correspondente a 5% (cinco por cento) do valor contratado, no prazo de até 30 (trinta) dias, contado a partir da data de assinatura do termo.

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

**17.3.** Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a contratada se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contado da data do recebimento da notificação da contratante.

**17.4.** Na hipótese de prorrogação deste contrato, a contratante exigirá nova garantia, escolhida pela contratada entre as modalidades previstas na lei nº 14.133/21.

**17.4.1.** O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à contratante no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contado da data de assinatura do respectivo termo aditivo.



13.5. A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da contratada, no prazo máximo de 30 (trinta) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seus gestores, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

## 18. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS, PENALIDADES E RESCISÃO CONTRATUAL:

As sanções administrativas, penalidades e rescisão do contrato estão estipuladas no Instrumento Convocatório.

## 19. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS:

19.1. A contratada guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

19.2. A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

19.3. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas no sítio da contratante na internet.

Ouvidor, 06 de março de 2024.

**João Batista de Almeida Filho.**  
Secretário Municipal de Administração e Planejamento.  
**Município de Ouvidor.**

**Original assinado!**