



ANEXO I

PREFEITURA MUNICIPAL DE PACAJUS

GABINETE DO PREFEITO - GAP

Nº 03179-2023

PROJETO BÁSICO/TERMO DE REFERÊNCIA - 2023.02.01.001 GAP

I - INFORMAÇÕES PRIMÁRIAS E CLASSIFICAÇÃO DA DESPESA

1. ORGÃO(S) SOLICITANTE(S):

2. *Karinne*

KARINNE NOGUEIRA SANTIAGO
GABINETE DO PREFEITO - GAP

José Darlan Cosmo de Oliveira
Secretário de Educação, Cultura e Esporte - SMECE

José Darlan Cosmo de Oliveira

SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO, CULTURA E ESPORTE - SMECE

Marta
Secretária Municipal de Saúde - SMS
Portaria Nº 057/2022
Pacajus - CE

Marta
MARTA MUNIZ DE MENEZES BARREIRO
SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE - SMS

5.

Joana Maria Nogueira de Castro Falcao
JOANA MARIA NOGUEIRA DE CASTRO FALCAO
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS - SEAFI

Joana Maria Nogueira de Castro Falcao
Secretária SEAFI Pacajus
Portaria Nº 227/2022

6.

Isabelle Nogueira de Castro Falcão
ISABELLE NOGUEIRA DE CASTRO FALCÃO
SECRETARIA MUNICIPAL DO TRABALHO E DESENVOLVIMENTO SOCIAL - STDS

2. ÓRGÃO GERENCIADOR: Não existe

3. DOTAÇÃO(ÕES) ORÇAMENTÁRIA(S):

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA	PROJETO/ATIVIDADE	FONTE	CLASSIFICAÇÃO ECON.	SUBELEMENTO
0201	2.003	1500000000	3.3.90.39.00	3.3.90.39.90
1201	2.037	1500000000	3.3.90.39.00	3.3.90.39.90
1301	2.067	1501000000	3.3.90.39.00	3.3.90.39.90
1401	2.075	1500000000	3.3.90.39.00	3.3.90.39.90

PREFEITURA MUNICIPAL DE PACAJUS



1701	2.097	1500000000	3.3.90.39.00	3.3.90.39.90
------	-------	------------	--------------	--------------

4. VALOR(ES) GLOBAL ESTIMADO(S): R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais)

II - DETALHAMENTO DA DESPESA

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

6. JUSTIFICATIVA:

Para cumprir o preceito legal de garantir ampla publicidade dos atos do Poder Público, a Prefeitura Municipal de Pacajus precisa contar com a parceria de uma agência de publicidade que contribua para a qualificação da sua comunicação institucional de serviços.

A divulgação das ações da Prefeitura é necessária e indispensável para o acompanhamento e controle social da atividade pública no Município. A comunicação publicitária dos serviços públicos e ações da administração municipal é uma necessidade que se manifesta na rotina da comunidade, mas também em momentos que exigem a mobilização dos cidadãos.

A boa comunicação aproxima a Prefeitura da comunidade, permitindo a identificação das reais demandas sociais e a escolha acertada de prioridades. Para tanto deve ser pensada e trabalhada como um esforço de mão dupla que permite a cada segmento da gestão municipal informar e se informar com a comunidade. O objetivo da contratação de serviços publicitários é atender à necessidade contínua de dar identidade às ações do poder público e divulgar de forma direta os serviços oferecidos, mantendo a comunidade informada das atividades.

Caberá à agência de Publicidade a criação de campanhas e peças publicitárias e de propaganda e a escolha dos veículos mais adequados para sua difusão entre outras ações que visem compatibilizar os valores do poder público com o município. A comunicação publicitária deverá ter articulação sincronizada com as ações promovidas pela Prefeitura de Pacajus, assim como aquelas desenvolvidas pelos governos estadual e federal cujo foco será o município. As campanhas publicitárias deverão ter caráter educacional, mobilizador e também de valorização dos serviços e do patrimônio público.

José Darlan Cosmo de Oliveira
Secretário de Educação, Cultura e
Esporte - SMECE.
Portaria 63/2022

3
Assinatura

PREFEITURA MUNICIPAL DE PACAJUS

CONCEITOS

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

Transparência -- Em tempos de democracia, é obrigação das administrações públicas prestar contas com a comunidade. Além do valor ético, existem mecanismos legais que cobram transparência dos administradores. Com uma gestão transparente, a administração ganha a confiança e credibilidade da população -- construindo uma relação sólida de parceria, fundamental para o desenvolvimento.

Marketing Público - A divulgação de ações desenvolvidas funciona como uma estratégia de gestão. Se projetos em andamento não são divulgados, abre-se a possibilidade da população não tirar deles o melhor proveito e, assim, as ações não surtirem o efeito desejado

Visão de Futuro - Uma determinada administração não deve limitar-se ao mandato pois é preciso cultivar, entre os gestores e junto à população, a ideia de um desenvolvimento sólido. A publicidade é um instrumento estratégico da administração pública.

TIPOS DE PUBLICIDADE

A comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Pacajus deve estar orientada pelas seguintes premissas:

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

Unidade e Integração - a comunicação publicitária deverá ser homogênea e integrada entre todas as secretarias e órgãos municipais, evitando desperdícios de esforços e recursos de propaganda e mantendo a unidade da imagem da Prefeitura.

Consolidação da Imagem -- o conceito administrativo da Prefeitura Municipal de Pacajus deverá ser inserido através da marca gráfica e de sua complementação conceitual. quando houver, em todas as peças e campanhas publicitárias.

Prestação de Contas -- a população deve ser sempre informada de forma clara e transparente, de todos os esforços empreendidos pela Prefeitura na realização de obras e ações administrativas executadas ou a executar, voltadas a atender ao desenvolvimento da população

José Darlan Cosmo de Oliveira
Secretário de Educação, Cultura e
Esporte - SMECE.
Portaria 63/2007

2

[Assinatura]

PREFEITURA MUNICIPAL DE PACAJUS

de Pacajus.

Parceria -- a comunicação publicitária deve priorizar ações que estimulem a integração com cidadãos profissionais, instituições, programas e eventos, visando a melhoria da qualidade de vida idealizada pela administração municipal.

PUBLICIDADE DE UTILIDADE PÚBLICA

Deverá ser feita com a divulgação de campanhas preventivas, educativas e informativas de interesse público, tais como: vacinação infantil, dengue, matrícula escolar, combate à evasão escolar, valorização do servidor públicos, preservação do meio ambientes, preservação do patrimônio público, devendo ser realizada como parte da conquista das melhorias sociais traçadas pela Prefeitura, transmitindo mensagens que possam auxiliar no desenvolvimento comunitário e individual, melhorando a qualidade de vida da população, devendo vincular-se a objetivos sociais de inquestionável interesse público: educativo, informativo ou de orientação social conter sempre um comando, que oriente a população a adotar um comportamento e uma promessa de benefício, individual ou coletivo. que possa vir a ser cobrado pelos cidadãos expressar-se com objetividade e clareza utilizar linguagem de fácil entendimento pelo cidadão sempre assumindo caráter

ORÇAMENTO BÁSICO

A verba publicitária disponibilizada para o presente momento será de R\$ 1.000.000,00 (UM MILHÃO DE REAIS) na sua totalidade, executada pela secretaria gestoras dentro do previsto.

SECRETÁRIAS GESTORES	VALOR PARA O PERIODO DE 12 MESES
STDS	200.000,00
EDUCAÇÃO, CULTURA E ESPORTE	200.000,00
GABINETE	200.000,00
SAÚDE	200.000,00
ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS	200.000,00
Valor global	1.000.000,00

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

O presente Prometo Básico tem como finalidade nortear a contratação de uma Agência de Publicidade para prestar serviços no Município de PACAJUS, par um período de 12 (doze)

José Darlan Cosmo de Oliveira
Secretário de Educação, Cultura e Esporte - SMECE.
Portaria 63/2008

PREFEITURA MUNICIPAL DE PACAJUS

meses. e foi feito de acordo com as informações prestadas pela Administração do Município de Pacajus

Fortalecer a credibilidade da Prefeituras Promover a interatividade entre a Prefeitura e os públicos;

Divulgar as ações e propósitos da Prefeitura, das suas secretarias e órgãos da administração municipal;

Integrar iniciativas a linguagem e as iniciativas de comunicação dos vários segmentos da gestão municipal;

Contribuir para o desenvolvimento da responsabilidade socioambiental;

Contribuir para a educação de jovens e crianças para a cidadania Posicionar o Município como agente do desenvolvimento social e económico: Cumprir a obrigação legal do Poder Público de informar seus atos educar e conscientizar para preservação do património público.

DISPOSIÇÕES FINAIS

- Este projeto básico visa atender as exigências legais para o procedimento licitatório na modalidade

Concorrência do Tipo Técnica e Preço, constando todas as condições necessárias e suficientes, ficando proibido por este termo exigir cláusulas ou condições que comprometam restrinjam, ou frustrem o caráter competitivo e estabeleçam preferências ou destinações em razão de naturalidade dos licitantes ou de qualquer outra circunstância impertinente ou irrelevante para sua especificação.

7. DEMAIS OBSERVAÇÕES: Tudo conforme anexo I.

III - DAS CONDIÇÕES DE ENTREGA/FORNECIMENTO

8. Os serviços deverão ser iniciados em até **05 (CINCO) DIAS**, a contar da emissão da **ORDEM DE SERVIÇOS**, nos locais determinados pela(s) solicitante(s).

9. PRAZO DE VIGÊNCIA: O contrato produzirá seus jurídicos e legais efeitos a partir da data de sua assinatura e vigorará até **31 DE DEZEMBRO DE 2023**, admitindo-se, porém, a prorrogação da vigência do(s) contrato(s) nos termos do artigo 57, da Lei Federal nº 8.666/93, se a proposta vencedora continuar se mostrando mais vantajosos à administração, satisfeitos os demais requisitos estabelecidos pelo órgão contratante.

10. PAGAMENTO: O Pagamento será efetuado na proporção de entrega dos produtos, em até

2
A
Assinada digitalmente por KARINE NOGUEIRA U.O. CABINETE DO PREFEITO - ADMINISTRATIVO, Cargo CHEFE DE GABINETE em 01/02/23 às 15:49. nº. 1382-0057-3134 e CRC 01GBK1186

PREFEITURA MUNICIPAL DE PACAJUS

30 (TRINTA) DIAS após a emissão da Nota Fiscal, mediante atesto do recebimento dos produtos e o encaminhamento da documentação necessária, observada todas as disposições pactuadas, através de crédito na conta bancaria da Detentora.

IV - DOS PREÇOS OFERTADOS E DA FORMULAÇÃO DA PROPOSTA

11. . APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

11.1.1A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

11.2 **Quesitos 1 - O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada** deverá ser apresentado da seguinte forma:

1. A- em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;

1. B- capa e contracapa em papel A4 branco, com 90 gr/m², ambas em branco;

11. C- conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c2' do subitem 11.2.2;

1. D- espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita a partir da borda;

1. E- títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

1. F- espaçamento 'simples' entre as linhas e 'duplo' após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

1. G- alinhamento justificado do texto;

1. H- texto e numeração de páginas em fonte 'arial', cor 'preta', tamanho '12 pontos';

2. I- numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

1. J- sem identificação da licitante.

11.2.1 As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças e material de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.3.5.

11.2.2 Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros ou tabelas, observadas as seguintes orientações:

José Darlan Cosmo de Oliveira
Secretário de Educação, Cultura e
Esporte - SMECE.
Portaria 63/2022

2

Assinado

PREFEITURA MUNICIPAL DE PACAJUS

1. A- poderão ser editados em cores;
1. B- Os dados e informações DEVEM ser editados na fonte 'arial' e NÃO PODEM ter menos de 12 pontos;
1. C- as páginas em que estiverem inseridas poderão ser:
 - c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 2 (duas) páginas de papel A4;
 - c2) impressas na orientação paisagem.
- 11.2.3 As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia, poderão:
 - I - ser editados em cores;
 - II - ter fontes e tamanhos de fontes habitualmente utilizados nesses documentos;
 - III - ter qualquer tipo de formatação de margem;
 - IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.
- 11.2.3.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.
- 11.2.4 Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa, serão apresentados soltos, separadamente do caderno de que trata o subitem 11.2.
 - 11.2.4.1 Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 9.1.1.3 e 19.2.1 e no subitem 19.2.1.1.
 - 11.2.5 O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.
 - 11.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a **10 (dez) páginas**.
 - 11.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.
 - 11.2.8 Para fins desta Concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não

José Darian Cosmo de Oliveira
Secretário de Educação, Cultura e
Esporte - SMECE.
Portaria 63/2022

Assinado Digitalmente por KARLINE NOGUEIRA U.O. GABINETE DO PREFEITO - ADMINISTRATIVO, Cargo CHEFE DE GABINETE em 01/02/23 às 15:49 nº: 1382-0057-3134 e CRC 010BK118G

PREFEITURA MUNICIPAL DE PACAJUS

implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

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

11.2.9.1 Não há necessidade de lançar nessas páginas os subitens deste Edital a que correspondem o quesito e seus subquesitos nem os textos expressos nesses subitens.

11.2.9.2 Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

11.3 O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no **Briefing (Anexo I)**, observadas as seguintes disposições:

11.3.1 **Subquesito 1 - Raciocínio Básico-** apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Russas, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação a ser enfrentado, expresso no Briefing;

11.3.2 **Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária** - apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para superar os desafios e alcançar os objetivos de comunicação expressos no Briefing, compreendendo:

1. a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
2. b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

11.3.3 **Subquesito 3 - Ideia Criativa** - apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

1. a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária, para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing , com a descrição de cada uma.
1. b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças que julgar mais indicadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária.

José Darlan Cosmo de Oliveira
Secretário de Educação, Cultura e
Esporte - SMECE.
Portaria 63/2022



PREFEITURA MUNICIPAL DE PACAJUS

11.3.3.1 A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e ou de suas funções táticas na campanha proposta.

11.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante prever número de peças publicitárias superior as 10 (dez) que podem ser apresentadas 'fisicamente' a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3:

1. a) estão limitados a **10 (dez)**, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça;

1. b) podem ser apresentados sob a forma de:

b1) roteiro, leiaute e ou *story-board* impressos, para qualquer meio;

b2) protótipo ou 'monstro', para rádio e internet;

b3) *story-board* animado ou *animatic*, para TV e cinema.

b4) 'bonecos' ou artes finalizadas para peças de não mídia.

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

11.3.3.3.2 Os *story-boards* animados ou *animatics* e os protótipos ou 'monstros' poderão ser apresentados por pen drive, executáveis em sistema operacional Windows, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

11.3.3.3.3 Os 'monstros' de peças para a internet poderão ser produzidos em pdf, jpg, html, mpeg, swl e mov.

11.3.3.3.4 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou *pass-partout*, observado o disposto no subitem 11.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

11.3.3.3.5 Cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet, etc) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea "a" do subitem 11.3.3.



José Darlan Cosmo de Oliveira
Secretário de Educação, Cultura e
Esporte - SMECE.
Portaria 63

PREFEITURA MUNICIPAL DE PACAJUS

11.3.3.4 Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

1. a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;
- c) peça sequencial para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior - *outdoor*, envelopamento de veículos, adesivagem de *fingers*, entre outros), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- e) um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) um banner e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- g) um *hotsite* cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça.

11.3.3.4.1 Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere a alínea 'g' do subitem 11.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

• **Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia** - constituída de:

1. a) Defesa da mídia e não mídia: apresentação dos objetivos de mídia, da defesa técnica das soluções de Mídia e Não Mídia propostas contendo:
 1. Estratégia de mídia: definição dos meios apropriados para o alcance dos objetivos de mídia, levando-se em conta as características da ação publicitária e a verba referencial estabelecida no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
 1. Tática de mídia: detalhamento da forma como a estratégia de mídia e não mídia será executada, contemplando os critérios técnicos de programação dos veículos de comunicação ou de divulgação e de definição dos respectivos investimentos, as justificativas dos formatos, a defesa da programação e a justificativa dos períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
2. a) Plano de mídia: composto por planilhas de programação de inserções, com o detalhamento das veiculações sugeridas, contendo os valores por veículos de comunicação ou de divulgação, formatos, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC, etc), simulação da programação e outras informações que a licitante considerar relevantes;

José Darlan Cosmo de Oliveira
Secretário de Educação, Cultura e
Esporte - SMECE
Portaria -

19

3

Stojanovic

PREFEITURA MUNICIPAL DE PACAJUS

3. b) Simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos com a programação dos meios sugeridos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

11.3.4.1 Todas as peças publicitárias que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverão constar da Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

11.3.4.2 O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:


1. a) o período de distribuição das peças e ou material;
1. b) as quantidades de inserções das peças nos veículos em que serão divulgadas;
1. c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de comunicação e de divulgação, separadamente por meios;
1. d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça destinada a veículos de comunicação e de divulgação;
1. e) as quantidades a serem produzidas de cada peça de não mídia;
1. f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;
1. g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça de não mídia.

11.3.4.3 Nessa simulação:

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

11.3.4.3.1 Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 11.3.4.3 devem ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada


José Darlan Cosmo de Oliveira
Secretário de Educação, Cultura e
Esporte - SMECE.
Portaria 63/2022

3



PREFEITURA MUNICIPAL DE PACAJUS

11.4. O Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com as seguintes especificidades:

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5 **Quesito 2 - Capacidade de Atendimento** - a licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem o quesito **em caderno específico**, orientação retrato ou paisagem, com ou sem o uso de cores, em papel A4, 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.

11.5.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

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

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

1. a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
1. b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de atendimento, estudo e planejamento, mídia, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet e produção gráfica;
1. c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
1. d) a sistemática de atendimento com indicação dos prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
1. e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Prefeitura de Russas, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

José Darlan Cosmo de Oliveira
Secretário de Educação, Cultura e
Esporte - SMECE.
Portaria 63/2022

fg 3

Assinado Digitalmente por KARINNE NOGUEIRA U.O. GABINETE DO PREFEITO - ADMINISTRATIVO, Cargo CHEFE DE GABINETE em 01/02/23 às 15:49 nº: 1362-0057-3134 e CRC 010BK118G

PREFEITURA MUNICIPAL DE PACAJUS

11.7 Quesito 3 - Repertório - a licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório **em caderno específico**, orientação retrato, com ou sem o uso de cores, em papel A4, ou a A3 dobrado, 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.

11.7.1 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.

11.7.2 Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

11.8 O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

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

11.8.1.1 As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir da data de **01.01.2016**.

11.8.1.2 Peças eletrônicas deverão ser fornecidas por pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou serem apresentadas soltas.

11.8.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

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

11.8.1.3.2 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 11.8.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea 'c' do subitem 12.3.1.

11.8.2 Para cada peça deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

11.8.3 As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pela

Ass: Darlan Cosmo de Oliveira
Secretário de Educação, Cultura e
Esporte - SMECE.
Portaria 63/2022

[Assinatura]

[Assinatura]

PREFEITURA MUNICIPAL DE PACAJUS

Prefeitura de Russas.

11.9 Quesito 4 -Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação -a licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação **em caderno específico**, orientação retrato, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em 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.

11.10 A licitante deverá apresentar **2 (dois)** Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes. Cada Relato:

I - será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II - deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pela Prefeitura de Russas, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;

IV - deverá ser formalmente referendado pelo cliente.

11.10.1 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário.

11.10.2 As propostas de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementadas a partir **de 01.01.2016**.

11.10.3 É permitida a inclusão de até **3 (três)** peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta

4 2

30/01/2016

PREFEITURA MUNICIPAL DE PACAJUS

do problema que se propuseram a resolver.

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

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1 A Subcomissão Técnica prevista no subitem 18.2, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos.

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

12.2.1 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

12.2.1.1 **Subquesito 1 - Raciocínio Básico** - a acuidade de compreensão sobre:

1. a) das funções e do papel da Prefeitura de Russas nos contextos social, político e econômico;
1. b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura de Russas com seus públicos;
1. c) das características da Prefeitura de Russas e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
1. d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
1. e) do desafio de comunicação, expresso no Briefing, a ser enfrentado pela Prefeitura de Russas;
1. f) das necessidades de comunicação da Prefeitura de Russas para enfrentar esse desafio.

12.2.1.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

1. a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da comunicação da Prefeitura de Russas;
2. b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
1. c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura de Russas com seus públicos;
1. d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta

José Darlan Cosmo de Oliveira
Secretário de Educação, Cultura e
Esporte - SMECE.
Portaria nº

fy 2

[Assinatura]

PREFEITURA MUNICIPAL DE PACAJUS

para a solução do problema específico de comunicação da Prefeitura de Russas;

1. e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
1. f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a Prefeitura de Russas, o mercado no qual se insere, o problema específico de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ela desejadas e a verba referencial.

12.2.1.3 Subquesto 3 - Ideia Criativa

1. a) sua adequação ao desafio de comunicação da Prefeitura de Russas;
1. b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
1. c) sua adequação ao perfil dos segmentos de público da ação publicitária proposta;
1. d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
1. e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
1. f) a simplicidade, clareza e objetividade da forma sob a qual se apresenta;
1. g) sua pertinência às atividades da Prefeitura de Russas;
1. h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados.
1. i) a exequibilidade das peças e ou do material;
1. j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

12.2.1.4 Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

1. a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
1. b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
1. c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;
1. d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura de Russas;
1. e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de

José Darlan Cosmo de Oliveira
Secretário de Educação, Cultura e
Esporte - SMECE.
Portaria nº

[Assinatura] 2

[Assinatura]

PREFEITURA MUNICIPAL DE PACAJUS

distribuição das peças e ou do material;

1. f) a otimização da mídia e não mídia.

12.2.2 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

1. a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante;
1. b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
2. c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura de Russas;
1. d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
1. e) a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura de Russas e a licitante, esquematizado na proposta;
1. f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, dos públicos e das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura de Russas, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

12.2.3 Quesito 3 - Repertório

- a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
1. b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
1. c) a clareza da exposição das informações prestadas.

12.2.4 Quesito 4 - Relato de Soluções de Problemas de Comunicação

1. a) a evidência de planejamento publicitário;
1. b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
1. c) a relevância dos resultados apresentados;
1. d) a concatenação lógica da exposição.

12.3 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

12.3.1 Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

J *2*
José Darlan Cosmo de Oliveira
Secretário de Educação, Cultura e
Esporte - SMECE.
Portaria 53/11

flusg...

PREFEITURA MUNICIPAL DE PACAJUS



QUESITOS	SUBQUESITOS	PONTOS
Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico	10
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	25
	III. Ideia Criativa	20
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	15
	Capacidade de Atendimento	
Repertório		10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10
	PONTUAÇÃO MÁXIMA	100



12.3.1.2 Cada peça apresentada, para atendimento do quesito Repertório, será avaliada individualmente, e poderá alcançar nota de até 1 (um) ponto, sendo avaliada de acordo com o grau de atendimento estabelecido no subitem 12.3.1.1, podendo o quesito alcançar um máximo de 10 (dez) pontos.

12.3.1.3 Cada relato apresentado, para atendimento do quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, será avaliado individualmente, e poderá alcançar nota de até 5 (cinco) pontos, sendo avaliados de acordo com o grau de atendimento estabelecido no subitem nº 12.3.1.1, podendo o quesito alcançar um máximo de 10 (dez) pontos.

12.3.2 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 1 (uma) casa decimal depois da vírgula.

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

12.3.2.2 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

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

12.3.4 Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota.

fy *2*

Karinne Nogueira

PREFEITURA MUNICIPAL DE PACAJUS

12.4 Será desclassificada a Proposta que:

1. a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
1. b) não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
12. c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 12.2.1.1 a 12.2.1.4 e 12.2.2 a 12.2.4.

12.4.1 Poderá ser desclassificada a Proposta que não atender às demais exigências do presente Edital e seus Anexos, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 19.1.3 deste Edital.

12.5 Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 12.2.1, 12.2.2, 12.2.3 e 12.2.4.

12.6 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 19.3 ou em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 21 deste Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

V - DA FORMALIZAÇÃO, FISCALIZAÇÃO E GESTÃO DO CONTRATO:

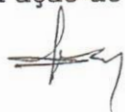
13. A Administração Municipal, por meio da Secretaria Gerenciadora do procedimento licitatório e os demais órgãos participantes, formalizará as condições e os preços que, eventualmente, poderão a vir serem adquiridos pela(s) Secretaria(s) contratante(s), por meio de Contrato(s) a serem firmados.

14. O fornecimento dos serviços será acompanhado e fiscalizado por servidor da Secretaria, o qual deverá atestar os documentos da despesa, quando comprovada a fiel e correta entrega dos produtos, para fins de pagamento.

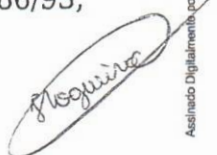
15. A presença da fiscalização da Secretaria não elide nem diminui a responsabilidade da empresa contratada.

16. Caberá ao servidor designado rejeitar totalmente ou em parte, qualquer produto que não esteja de acordo com as exigências, bem como, determinar prazo para substituição do mesmo eventualmente fora de especificação.

17. O Gestor do Contrato, será exercido pelo Secretário(a) da respectiva Pasta ou quem este designar, o qual deverá exercer em toda sua plenitude a ação de que trata a Lei nº 8.666/93, alterada e consolidada.


José Darlan Cosmo de Oliveira
Secretário de Educação, Cultura e
Esporte - SMECE.
Portaria nº 100/2023

3



PREFEITURA MUNICIPAL DE PACAJUS



VI - DAS OBRIGAÇÕES

18. DA CONTRATADA:

- 1- Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:
- 2- Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- 3- Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE em Russas ou Fortaleza, onde, para esse fim, manterá escritório. A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas às condições previamente acordadas.
- 4- A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados a CONTRATANTE.
- 5- Realizar - com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos - todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.
- 6- Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da Concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela CONTRATANTE.
- 7- Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas.
- 8- Pertencem a CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.
- 9- O disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.
- 10- desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido a CONTRATANTE, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.
- 11- A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da

José Darlan Cosmo de Oliveira
Secretário de Educação, Cultura e
Esporte - SMECE.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

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- O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas no caput do art. 87 da Lei nº 8.666/1993.

13- Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2 da Cláusula Décima, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

14- Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados a CONTRATANTE:

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

16- só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados pela CONTRATANTE, aptos a fornecerem à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

17- apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre integrantes do cadastro de fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

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

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

20- juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de inscrição do fornecedor no 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.

21- Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE

José Darlan Cosmo de Oliveira
Secretário de Educação, Cultura e
Esporte - SMECE.
Portaria 63/2022

[Assinatura]

[Assinatura]

PREFEITURA MUNICIPAL DE PACAJUS

- 22- 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 8.666/1993 está dispensado do procedimento previsto no subitem 5.1.7.1.
- 23- A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.
- 24- Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, ao Gestor deste contrato.
- 25- As disposições do subitem 5.1.7 a 5.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia
- 26- Submeter à contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE
- 27- A contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a CONTRATADA ou seus empregados tenham participação societária, direta ou indireta, ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar a CONTRATANTE esse vínculo e obter sua aprovação.
- 28- 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.
- 29- A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente o identificar e tiver sido por ele expressamente autorizada.
- 30- Apresentar a CONTRATANTE, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.3 da Cláusula Décima Primeira, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.
- 31- Apresentar a CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 5.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.3 da Cláusula Décima Primeira, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.
- 32- O estudo de que trata o subitem 5.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos

José Darlan Cosmo de Oliveira
Secretário de Educação, Cultura e
Esporte - SMECE.
Portaria 63/2022

Requisito

PREFEITURA MUNICIPAL DE PACAJUS

habitualmente programados nos esforços de comunicação da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA

33- O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 5.1.11.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 6 (seis) meses da data de assinatura deste contrato.

34- Ao final do período de 6 (seis) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 6 (seis) meses seguintes e assim sucessivamente.

35- Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.11, a CONTRATANTE solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá realizar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

36- Encaminhar após a produção dos serviços, para constituir o acervo da CONTRATANTE, sem ônus para este:

37- TV e Cinema: uma cópia em DVD e um arquivo em mpeg;

38- Internet: uma cópia em CD, com os arquivos que constituíram a campanha ou peça;

39- Rádio: uma cópia em CD, com arquivo áudio e mp3;

40- Mídia impressa e material publicitário: uma cópia em CD, com arquivos nas versões aberta - com as fontes e imagens em alta resolução - e finalizada.

41- Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD.

42- Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no subitem 5.1.12.

43- Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta, etc.) aprovadas pela CONTRATANTE

44- 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 no subitem 5.1.12.

45- Entregar a CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento,

José Darlan Cosmo de Oliveira
Secretário de Educação, Cultura e
Esporte - SMECE.
Portaria 63/2022

PREFEITURA MUNICIPAL DE PACAJUS

estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

46- Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

47- Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA a CONTRATANTE até o prazo máximo de 2 (dois) dias úteis após a realização do contato.

48- Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

49- 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.

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

51- Prestar esclarecimentos a CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

52- Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

53- Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de atendimento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

54- 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.

55- Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

56- Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos

[Handwritten signatures]

[Handwritten signature]