



EDITAL

CONCORRÊNCIA - Nº 2023.09.04.3.

O MUNICÍPIO DE CRATO. ATRAVÉS DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO, DEVIDAMENTE NOMEADA PELA PORTARIA Nº 2912001/2022-GP. TORNA PÚBLICO PARA CONHECIMENTO DOS INTERESSADOS QUE, NA DATA, HORÁRIO E LOCAL, ABAIXO PREVISTOS, ABRIRÁ LICITAÇÃO, NA MODALIDADE CONCORRÊNCIA PÚBLICA, DO TIPO TÉCNICA E PREÇO GLOBAL, PARA ATENDIMENTO DO OBJETO DESTA LICITAÇÃO, DE ACORDO COM AS CONDIÇÕES ESTABELECIDAS NESTE EDITAL, OBSERVADAS AS DISPOSIÇÕES CONTIDAS NA LEI FEDERAL Nº 8 666/93 DE 21 06 93, E SUAS ALTERAÇÕES POSTERIORES. LEI Nº 12.232 DE 29 DE ABRIL DE 2010 E DEMAIS LEGISLAÇÕES COMPLEMENTARES E CABÍVEIS.

HORÁRIO, DATA E LOCAL:

Os envelopes de 1 a 4 (propostas técnica e de preço) descritos abaixo serão recebidos em sessão pública marcada para:

Às 08h30min.

Do dia 15 de janeiro de 2023

No endereço. Sala da Comissão Permanente de Licitações, localizada no Largo Júlio Saraiva s/nº, Centro, Crato-CE.

TIPO: TÉCNICA E PREÇO

CONSTITUEM PARTE INTEGRANTE DESTA LICITAÇÃO, INDEPENDENTE DE TRANSCRIÇÃO OS SEGUINTE ANEXOS:

ANEXO I - BRIEFING

ANEXO II - PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

ANEXO III - MODELO DE DECLARAÇÃO

ANEXO IV - MODELO DE PROCURAÇÃO

ANEXO V - MINUTA DE CONTRATO

ENVELOPES PARA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS:

Envelope 1 - Proposta Técnica com o Plano de Comunicação Publicitária (raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa e estratégia de mídia e não mídia), via não identificada;

Envelope 2- Proposta Técnica com o Plano de Comunicação Publicitária, via identificada, (raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa e estratégia de mídia e não mídia).

Envelope 3- Proposta Técnica via identificada, com descrição da capacidade de atendimento, repertório e relatos de soluções de

P



problemas de comunicação.

Envelope 4- Proposta de Preço via identificada, constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, e com autoria não identificável até sua abertura.

Envelope 5 - Documentos de Habilitação via identificada, providenciado pela LICITANTE e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

O envelope 5 (documentos de habilitação) será recebido e aberto em dia e horário a serem designados pela Comissão Permanente de Licitação

1. OBJETO

1.1 O objeto da presente Concorrência Pública é CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA DE INTERESSE DA CHEFIA DE GABINETE, SECRETARIA DE EDUCAÇÃO, SECRETARIA DE SAÚDE E SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO MUNICÍPIO DE CRATO/CE, nos termos do Artigo 37, §1º da Constituição da República Federativa do Brasil e da Lei 12.232 de 29 de abril de 2010, compreendendo:

- a) O estudo, execução, supervisão, concepção e criação de campanhas, peças publicitárias avulsas e materiais publicitários;
- b) Elaboração de marcas, expressões de propaganda, logotipos e outros elementos de comunicação visual;

2. DO VALOR DA CONTRATAÇÃO E DA REMUNERAÇÃO

2.1. Os recursos disponíveis para a execução do objeto licitatório são da ordem de R\$ 2.500.000,00 (Dois Milhões e quinhentos mil reais), distribuídos conforme planilha abaixo. O valor discriminado é **estimativo**, podendo sofrer alterações, não cabendo ao contratado o direito de nenhum ressarcimento, questionamento por sua parcial realização ou direito de pleitear qualquer reparação.

UNIDADE ADMINISTRATIVA	VALOR ESTIMADO (R\$)
CHEFIA DE PREFEITO	1.300.000,00
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO	400.000,00
SECRETARIA DO TRABALHO E DESENVOLVIMENTO SOCIAL	400.000,00
SECRETARIA DE SAUDE	400.000,00

2.2. O valor dos serviços será orçado pela contratada em cada caso, em

P



função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, sob pena de responsabilidade, sua compatibilidade com os preços do mercado, e deverão ser submetidos à apreciação do gestor do contrato, que decidirá quanto à sua aprovação.

2.3. A execução desses serviços será remunerada originalmente na forma abaixo, ainda não levando em consideração os eventuais descontos e repasses concedidos pelas licitantes, na forma apresentada na "Proposta de Preços":

2.3.1. Pelos valores constantes da Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará - SINAPRO-CE, nos trabalhos desenvolvidos internamente pela Agência contratada.

3. PRAZO DE CONTRATAÇÃO

3.1 A contratação se dará a partir da assinatura do contrato e terá validade de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogada através de termo aditivo por iguais e sucessivos períodos, contados do início da vigência, computadas as eventuais prorrogações, desde que não haja manifestação contrária de uma das partes, por escrito, até 30 (trinta) dias antes do seu término.

4. DAS RESTRIÇÕES E CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1. RESTRIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO:

4.1.1. Que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com Governo Federal, Governo do Estado do Ceará e Prefeitura Municipal de Crato;

4.1.2. Cujas falências tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;

4.1.3. Que tenha sido considerada como inidônea, por órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, direta e indireta Federal, Estadual ou Municipal, enquanto perdurar o motivo determinante da punição ou até que seja promovida a reabilitação;

4.1.4 Será admitida a participação de interessados sob a forma de consórcio;

4.1.5 Nenhuma licitante poderá participar desta Concorrência com mais de uma Proposta;

4.1.6 A participação na presente Concorrência Pública implica para a licitante a confirmação de que recebeu da Comissão de Licitação da Prefeitura Municipal de Crato, os documentos e informações necessárias



ao cumprimento desta Concorrência Pública: a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos, a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

4.2. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO:

4.2.1 Poderá participar do presente certame licitatório a pessoa jurídica cadastrada ou não na Prefeitura de Crato.

4.2.2 As pessoas jurídicas que estiverem constituídas no Brasil de acordo com as leis brasileiras. Em se tratando de agências ou sociedades estrangeiras em funcionamento no país, que apresente o ato de registro ou o Decreto de autorização para funcionamento.

4.2.3 A admissão à participação de consórcios obedecerá aos subitens a seguir:

4.2.3.1 As empresas consorciadas apresentarão instrumento público ou particular de compromisso de constituição de consórcio, com a indicação do nome do consórcio e da empresa líder que será responsável principal, perante a ADMINISTRAÇÃO, pelos atos praticados pelo consórcio, sem prejuízo da responsabilidade solidária das empresas consorciadas. A empresa líder terá poderes para requerer, transferir, receber e dar quitação, subscrevendo em nome do Consórcio todos os atos referentes à execução do contrato:

4.2.3.2 Indicação dos compromissos e obrigações, bem como o percentual de participação de cada empresa no consórcio, em relação ao objeto da licitação;

4.2.3.3 Declaração de que o consórcio não terá sua constituição ou forma modificada sem a prévia aprovação da ADMINISTRAÇÃO durante o processamento e julgamento dos procedimentos licitatórios pertinentes;

4.2.3.4 O prazo de duração do consórcio deverá coincidir, no mínimo, com a data de vigência ou execução das obras/serviços, objeto do contrato administrativo licitado;

4.2.3.5 O consórcio apresentará, em conjunto, a documentação individualizada de cada empresa, relativa à habilitação jurídica, técnica, qualificação trabalhista, econômico- financeira e de regularidade fiscal.

4.2.3.6 Fica impedida de participar empresa consorciada, na mesma

P



licitação, através de mais de um consórcio ou isoladamente.

5. DO CREDENCIAMENTO

5.1. Para manifestar-se nas fases do procedimento licitatório, o participante deverá identificar-se com cédula de identidade ou outro documento legal de identificação e documentação apropriada, em original ou por cópia, observando o que se segue:

5.1.1 Quando se tratar de Titular, Sócio ou Diretor da Licitante, deverá ser apresentado documento comprobatório de sua capacidade para representá-la (ex.: Contrato social, cópia da ata, procuração, declaração de agência individual, etc.).

5.1.2 Quando se tratar de representante não enquadrado no subitem acima deverá ser apresentado PROCURAÇÃO (conforme modelo do ANEXO IV), com dados de identificação do representante, devendo constar expressamente, poderes para participar de todos os atos do procedimento licitatório, inclusive impetrar ou desistir de recursos. A referida documentação deverá fazer-se acompanhar de documento comprobatório da capacidade do outorgante para constituir mandatários em nome da Licitante Sendo instrumento particular, deverá ter firma reconhecida em cartório.

5.2. Cada Licitante credenciará apenas um representante, que será o único admitido a intervir nas fases do procedimento licitatório e a responder, para todos os atos e efeitos previstos neste Edital, por sua representada;

5.2.1. No caso da Licitante necessitar indicar outro representante no transcorrer do certame, este deverá apresentar a documentação prevista no subitem.

5.3 Não será admitido que mais de uma Licitante indique um mesmo representante.

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

6 DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL

6.1. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão, a Licitante que não o fizer até o segundo dia útil que antecede á abertura dos invólucros, apontando falhas ou irregularidades que o viciaram, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso.

(Handwritten mark)



6.2. A impugnação feita tempestivamente não impedirá o Licitante de participar deste processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente

6.3. As impugnações do Ato Convocatório deverão ser manifestadas por escrito, protocolado o original, mediante recebimento da 2ª (segunda) via, no Protocolo da Prefeitura Municipal de Crato. Localizado no Largo Júlio Saraiva s/nº, Centro no horário das 08h00min às 17h00min, de segunda a sexta-feira, em dias úteis.

7 - APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS:

7.1- Cada AGÊNCIA deve apresentar a Proposta Técnica e a Proposta de Preço em invólucros diferentes a serem avaliados separadamente pela Comissão Permanente de Licitação. A Proposta Técnica deve ser apresentada em 3 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica; e a Proposta de Preço em 1 (um) invólucro.

7.1.1- **Invólucro nº 1:** deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária - Via NÃO Identificada**, de acordo com o item 14.2.1.

7.1.1.1- O invólucro nº 1 não poderá ter nenhuma identificação da LICITANTE na parte externa, para preservar - até a abertura do Invólucro nº 2 - o sigilo quanto á autoria do Plano de Comunicação Publicitária;

7.1.1.2 - É vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura dos invólucros;

7.1.1.3 - A Comissão Permanente de Licitação só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, que estiver acondicionado no Invólucro nº 1 fornecido obrigatoriamente pela Comissão de Licitação, a pedido da LICITANTE interessada na presente licitação;

7.1.2 - Invólucro nº 2 Proposta Técnica com o Plano de Comunicação Publicitária, via identificada, (raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa e estratégia de mídia e não mídia);

?



INVÓLUCRO N° 2

**PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA
NOME DA AGÊNCIA E CNPJ DA LICITANTE**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA N°. 2018.08.03.1

7.1.2.2 - O Invólucro n° 2 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura;

7.1.2.3 - Deverá constituir-se em uma cópia da via não identificada com a identificação da licitante e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificada;

7.1.3 - Invólucro n° 3: Proposta Técnica via identificada, com descrição da capacidade de atendimento, repertório e relatos de soluções de problemas de comunicação;

7.1.3.1 - O Invólucro n° 3 deverá conter sem seu exterior a seguinte informação;

INVÓLUCRO N° 3

**PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE
SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**

NOME DA AGÊNCIA E CNPJ DA LICITANTE

CONCORRÊNCIA PÚBLICA N° 2018.08.03.1

7.1.3.2 - O Invólucro n° 3 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura;

7.1.3.3 - O Invólucro n° 3 e os documentos nele acondicionados devem ter a identificação da licitante e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais.

7.1.4 - Invólucro n° 4: Proposta de Preço via identificada, constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata

7.1.4.1 - Invólucro n° 4 deverá conter sem seu exterior a seguinte informação:

INVÓLUCRO N° 4



PROPOSTA DE PREÇOS

NOME DA AGÊNCIA E CNPJ DA LICITANTE

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 2018.08.03.1

7.1.4.2 Invólucro nº 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

7.1.4.3 A Proposta de Preços deverá ser apresentada em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa - salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente com clareza, sem emendas ou rasuras.

7.1.4.4 A Proposta deverá ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

7.1.4.5 As tabelas, gráficos e planilhas deste subitem poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos.

7.1.5. Invólucro nº 5: Documentos de Habilitação via identificada, providenciado pela LICITANTE e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

7.1.5.1 O Invólucro nº 5 deverá conter sem seu exterior a seguinte informação:

INVÓLUCRO Nº 5

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

NOME DA AGÊNCIA E CNPJ DA LICITANTE

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº. 2018.08.03.1

7.1.5.2 Os documentos de habilitação deverão ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados, alternativamente nas seguintes formas: original, cópia ou sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Permanente de Licitação.

7.2 O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser redigido em língua portuguesa salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

- Em papel A4, branco;
- Com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir

(Handwritten mark)



da borda;

- Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- Com textos justificados;
- Com espaçamento "simples" entre as linhas;
- Com texto em fonte "arial", tamanho 12 pontos;
- Com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- Em caderno único;
- Sem identificação da LICITANTE (invólucro nº 01).

7.2 As Propostas identificadas deverão ser datadas e assinadas, por quem detenha poderes de representação da LICITANTE, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8. DA PROPOSTA TÉCNICA: (Invólucro n^o 1; n^o 2; n^o 3)

8.1 A exceção da Idéia Criativa, todas as demais partes da Proposta Técnica - Raciocínio Básico. Estratégia de Comunicação Publicitária, Estratégia de Mídia e Não-Mídia, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problema de Comunicação - deverão ser elaborados nos seguintes padrões:

- a) Em papel A 4 timbrado, exceção do invólucro 1;
- b) Com espaçamento de 2 cm nas 4 margens, a partir da borda;
- c) Com espaçamento entrelinhas "simples";
- d) Com texto em fonte "Arial" tamanho 12 pontos.

8.2. A Proposta Técnica consistirá em quatro quesitos, a saber: Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento. Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

8.2.1. PLANO DE COMUNICAÇÃO - a Agência apresentará Plano de Comunicação, elaborado com base no Briefing. Anexo I deste Edital, o qual compreenderá os seguintes quesitos:

8.2.1.1. RACIOCÍNIO BÁSICO Elaborado em texto em que a agência demonstrará conhecimento sobre a Prefeitura Municipal de Crato e o seu entendimento sobre os problemas de comunicação da Prefeitura, seus serviços, linhas de atuação e necessidades de comunicação;

8.2.1.2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA texto em que a agência

8.2.1.2.1. Apresentará e defenderá o partido temático e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a comunicação do problema específico da Prefeitura Municipal de Crato, examinando e



descartando conceitos alternativos;

8.2.1.2.2 Explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugeridos, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar.

8.2.1.3. IDÉIA CRIATIVA: a agência apresentará campanha publicitária simulada sob o tema Crato - *Uma cidade que se desenvolve a cada dia* com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema geral e do problema específico de comunicação, identificados no Briefing.

8.2.1.3.1. Os exemplos podem ser apresentados sob a forma de roteiro, leiaute, storyboard impressos, para qualquer peça, e de "monstro", exclusivamente para rádio e Internet. Só serão aceitos exemplos de peças prontas para divulgação de não-mídia;

8.2.1.3.2. Os exemplos estão limitados ao total de até dez (10), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça.

8.2.1.4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA - constituída de:

8.2.1.4.1 Texto em que de acordo com as informações do Briefing, demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha mencionado no item 8.2.1.3,

8.2.1.4.2. Simulação de plano de distribuição das peças de que trata o subitem 8.2.1.3. OBS 1 - Caso a Licitante utilize a não-mídia, no resumo geral também deverão ser explicitadas as quantidades de cada peça.

8.2.1.4.3 Os textos pertinentes a Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária estão limitados a 10 (dez) laudas Os textos da Ideia Criativa e da Estratégia de Mídia e Não Mídia, assim como as tabelas, gráficos e planilhas não estão computados nesse limite de laudas

8.2.1.4.4 A critério da Prefeitura Municipal de Crato, os exemplos de peças publicitárias da Proposta vencedora poderão ou não vir a ser produzidas e veiculadas, com ou sem modificações na vigência do contrato.

8.2.2 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO - textos, sem limites de páginas, em que a Licitante apresentará:

8.2.2.1 quantificação e a qualificação, sob a forma de curriculum, dos



profissionais que serão colocados à disposição da execução do Contrato;

8.2.2.2. As instalações, a infraestrutura, os equipamentos e os recursos materiais e outros recursos da agência disponíveis para a execução do Contrato;

8.2.2.3. A sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela Licitante, na execução do Contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação da peça avulsa ou de campanha e na elaboração do plano de mídia;

8.2.3 REPERTÓRIO - apresentação, sob a forma de peças, de um conjunto de no máximo 5 (cinco) trabalhos, concebidos e veiculados pela Licitante, podendo ser peças eletrônicas de TV ou rádio, peças gráficas, anúncios ou internet

8.2.3.1. Para cada peça deve ser apresentada uma ficha técnica com a identificação da Licitante, título, e cliente para os quais foram produzidos.

8.2.3.2. As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados, realizados e/ou aprovados pela Prefeitura Municipal de Crato.

8.2.4. RELATOS DE SOLUÇÕES E DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO - Deverão ser apresentados até dois *cases*, relatando, em no máximo duas páginas cada. Soluções de problemas de comunicação que atestem a capacidade da agência de gerar resultados;

8.2.4.1. É permitida a inclusão de até 3 (três) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça para cada relato, sendo que os Vts deverão ser fornecidos em DVD, os spots e/ou jingles em CD, as peças de internet em CD-ROM e as peças gráficas em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

9. DA PROPOSTA DE PREÇOS. (Invólucro n° 4)

9.1. A Proposta de Preços deverá ser apresentada em dois documentos distintos, descritos nos subitens 9.2 e 9.3 a seguir:

9.2 Planilha de Preços Sujeitos a Valoração a ser preenchida apenas com as informações constantes do Anexo II.

9.3. Declaração na qual a licitante:

9.3.1 Estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura Municipal de Crato:

①



9.3.1.1. Aos atores e modelos, em relação ao cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado;

9.3.1.2. Aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporada a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente pactuado.

10. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (Invólucro nº 5)

10.1. Os interessados habilitar-se-ão para a presente licitação, mediante a apresentação dos seguintes Documentos, os quais serão analisados quanto à sua autenticidade e ao seu prazo de validade:

10.2. HABILITAÇÃO JURÍDICA:

10.2.1 a) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, acompanhado de todos os aditivos, ou se for o caso do último aditivo consolidado, devidamente registrados, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhada de documentos de eleição de seus administradores. b) Registro comercial, no caso de empresa individual. c) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhadas de prova de diretoria em exercício. d) Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

10.2.2 Cópia da Cédula de Identidade de todos os sócios, diretores ou do empresário individual, no caso de sociedade anônima pode ser apresentada a cópia da cédula de identidade de seus administradores, membros de conselho de administração e da diretoria acompanhadas dos atos que os nomearam.

10.3 REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA:

10.3.1. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ);

10.3.2. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes municipal, relativo ao domicílio ou sede do licitante;

10.3.3. Prova de Regularidade relativa aos Tributos Federais e Dívida Ativa da União (inclusive contribuições sociais), com base na Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1.751, de 02/10/2014;

10.3.4. Prova de Regularidade relativa a Fazenda Estadual do domicílio



ou sede da licitante;

10.3.5. Prova de Regularidade relativa a Fazenda Municipal do domicílio ou sede da licitante;

10.3.6. Prova de regularidade relativa ao fundo de garantia por tempo de serviço (FGTS);

10.3.7. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de Certidão Negativa, nos termos do Título VII-A das Consolidações das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943.

10.4. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:

10.4.1 Comprovação de aptidão para o desempenho de atividade pertinente compatível em características com o objeto da licitação, mediante apresentação de Atestado(s) de capacidade técnica fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado, com identificação e firma reconhecida do assinante;

10.4.2 Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º, do art. 4º, da Lei nº 12.232/2010, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, emitido por via eletrônica, sujeito à confirmação no sítio eletrônico do CENP.

10.4.3. Comprovante de registro ou inscrição da licitante na entidade profissional competente: Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial ou Associação Brasileira de Agências de Publicidade - ABAP, para atendimento no art. 30, inciso I, da Lei 8.666.

10.5. QUALIFICAÇÃO ECONÓMICO-FINANCEIRA:

10.5.1 Tratando-se de Sociedade Anônima, publicação em Diário Oficial ou jornal de grande circulação ou cópia do Balanço Fiscal correspondente ao último exercício social encerrado, devidamente registrado na Junta Comercial da sede do licitante, com as respectivas demonstrações de Contas de Resultados. Os demais tipos societários deverão apresentar cópias do Balanço Patrimonial (INCLUSIVE TERMOS DE ABERTURA E ENCERRAMENTO), devidamente registrado na Junta Comercial da sede do licitante e assinado por contador habilitado acompanhado da respectiva CRP (Certidão de Regularidade Profissional), reservando-se à Comissão o direito de exigir a apresentação do Livro Diário para verificação dos valores, assinados por contador habilitado.

10.5.1.1 A licitante com menos de 1 (um) ano de existência apresentarão balanço de abertura, devidamente registrado na Junta



Comercial da sede do licitante, autenticado por profissional credenciado na forma exigida no item 10.5.1 deste edital.

10.5.1.2 Certidão negativa de falência e concordata expedida pelo Distribuidor Judicial da sede da PROPONENTE, Justiça Ordinária;

10.6 OUTRAS EXIGÊNCIAS:

10.6.1 Declaração expressa de que atende ao disposto no Art 7º, inciso XXXIII da CF/88, conforme modelo do Anexo III

11. PROCEDIMENTO LICITATÓRIO

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

11.1.1 Serão lavradas atas circunstanciadas de todas as reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação ou da Subcomissão Técnica, conforme o caso, e pelos representantes das LICITANTES presentes.

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

11.1.3 A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão, conforme o caso poderá, no interesse da Administração, relevar omissões puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência Pública e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão Permanente de Licitação.

11.1.4 Antes do aviso oficial do resultado desta Concorrência Pública, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

11.1.5 Qualquer tentativa de uma LICITANTE influenciar a Comissão Permanente de Licitação ou a Subcomissão no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

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

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



- a) Identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no item 5.1;
- b) Receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) Conferir se os Invólucros nº.1 apresentam em sua parte externa alguma menção que identifique a empresa LICITANTE, ocorrência que impedirá a Comissão de receber todos os seus invólucros;
- d) Abriros Invólucros nº 1 e nº 3;

11.3.1 Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar do recebimento e conferência dos invólucros, conforme parágrafo 1º do artigo 11 da lei n.º 12232/2010.

11.4 Os invólucros só serão recebidos pela Comissão Permanente de Licitação se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a LICITANTE ou ainda, se não estiverem danificados ou deformados

11.5 A Comissão Permanente de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

- a) O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:
- b) Abertura do Invólucro nº 1, com a via não identificada do plano de comunicação publicitária, e do Invólucro nº 3, com a capacidade de atendimento, o repertório e os relatos de soluções de problemas de comunicação;
- c) Encaminhamento dos Invólucros com as vias não identificadas dos planos de comunicação publicitária à Subcomissão técnica;
- d) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão técnica, dos planos de comunicação publicitária, elaboração da ata de julgamento e encaminhamento à Comissão Permanente de Licitação das propostas, da planilha com as pontuações e da justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- e) Encaminhamento dos invólucros com a capacidade de atendimento, o repertório e os relatos de soluções de problemas de comunicação à Subcomissão técnica;
- f) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão técnica, da capacidade de atendimento, do repertório e dos relatos de soluções de problemas de comunicação, elaboração da ata de julgamento e encaminhamento à Comissão Permanente de Licitação das propostas, da



planilha com as pontuações e da justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

11.6 A segunda sessão pública será para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

- a) Abertura dos invólucros com a via identificada (invólucro nº 2) do plano de comunicação publicitária;
- b) Cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;
- c) Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;
- d) Proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

Será publicado o resultado do julgamento das Propostas Técnicas com a indicação dos proponentes desclassificados e dos classificados em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993;

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

- a) Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros de preços, conforme parágrafo 1º do artigo 11 da lei nº. 12.232/2010.
- b) Identificar os representantes das licitantes presentes;
- c) Abriro Invólucro nº 4, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada.
- d) Examinar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas neste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las;
- e) Identificar a proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f) Realizar procedimento idêntico, ao previsto nos ditames da cláusula 15. DA VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS E DA NOTA FINAL;

11.8 - Será publicado o resultado do julgamento da Proposta de Preço



com a indicação dos desclassificados e classificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea "b" do inciso I do art 109 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993;

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

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Receber e abrir o Invólucro nº 5, cujos documentos de habilitação serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) Examinar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas neste Edital quanto a habilitação e habilitar as empresas classificadas nas etapas anteriores.

11.10 Será publicado o resultado da habilitação com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea "a" do inciso I do art. 109 da Lei no 8 666, de 21 de junho de 1993;

12. Os invólucros das licitantes inabilitadas ou desclassificadas ficarão á disposição das interessadas por 30 (trinta) dias, contados do encerramento da licitação. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, a Comissão de Licitação providenciará sua destruição.

13. DO JULGAMENTO

13.1 - Considerações Básicas

Cada proposta receberá duas notas de julgamento:

- a) Uma Nota Técnica (NTc), obtida da documentação apresentada nos Envelopes nº 1; nº 2: nº 3 - "Documentos de Proposta Técnica"; e
- b) Uma Nota de Preço Final (NPrf) obtida da documentação apresentada no Envelope nº 4 - "Documentos de Proposta de Preço".

A Nota Final (NF) da licitante será a média ponderada dos dois valores anteriormente referidos, sendo que a Nota Técnica (NTc) terá peso de 60% (sessenta por cento) e a Nota de Preço (NPr) peso de 40% (quarenta por cento)



14. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA:

14.1. As Propostas Técnicas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

14.2. Serão levados em conta pela Subcomissão técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da proposta, em cada quesito:

14.2.1. PLANO DE COMUNICAÇÃO.

14.2.1.1. **RACIOCÍNIO BÁSICO**- a compreensão das características da Prefeitura Municipal de Crato e das suas atividades significativas para a comunicação publicitária; da natureza, extensão e qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Crato com o público alvo definido na simulação exigida, bem como do papel da Prefeitura Municipal de Crato no atual contexto social, político e econômico;

14.2.1.2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA.

a) A adequação do partido temático proposto aos problemas de comunicação e ao conceito que assinará as ações de publicidade da Prefeitura Municipal de Crato;

b) A consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático;

c) A adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução dos problemas de comunicação descritos no Briefing;

d) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

e) A capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;

f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a Prefeitura Municipal de Crato, os públicos, e a verba disponível.

14.2.1.3. IDEIA CRIATIVA

a) Sua adequação ao problema específico de comunicação descrito no Briefing;

b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

c) A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;

d) A originalidade de combinação dos elementos que a constituem;

e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

f) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado



nos exemplos de peças apresentadas;

g) A exeqüibilidade das peças;

h) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

14.2.1.4. **ESTRATÉGIA DE MÍDIA**

a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público abordados;

b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;

d) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa

14.2.2. **CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

14.2.2.1. O tempo de experiência profissional, notadamente em atividades publicitárias:

14.2.2.2. A adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso também a quantificação dos quadros;

14.2.2.3. A adequação das instalações, da infraestrutura, dos equipamentos e dos recursos materiais que manterá à disposição da execução do Contrato, em caráter prioritário;

14.2.2.4. A operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal de Crato e a licitante esquematizado na proposta;

14.2.2.5. A segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta.

14.2.3. **REPERTÓRIO**

14.2.3.1. A ideiacriativa e sua pertinência;

14.2.3.2. A clareza da exposição;

14.2.3.3. A qualidade da execução e do acabamento.

14.3 **RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO.**

14.3.1. A concatenação lógica da exposição;

14.3.2. A evidência de planejamento publicitário;

14.3.3. A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

14.3.4. A relevância dos resultados apresentados.

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

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

14.4.1.1. PLANO DE COMUNICAÇÃO - 75 (setenta e cinco) pontos, assim



distribuídos:

- a) Raciocínio Básico - 15 (quinze).
 - b) Estratégia de Comunicação Publicitária - 25 (vinte e cinco).
 - c) Idéia Criativa - 25 (vinte e cinco).
 - d) Estratégia de Mídia - 10 (dez) pontos.
- 14.4.1.2. Capacidade de Atendimento - 15 (quinze) pontos.
- 14.4.1.3 Repertório - 5 (cinco) pontos.
- 14.4.1.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - 5 (cinco) pontos.
- 14.4.2 A nota do quesito corresponderá á média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão técnica de Crato
- 14.4.3. A nota de cada licitante corresponderá á soma das notas dos quesitos.
- 14.4.4 Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação na soma das notas dos quesitos.
- 14.5. Será desclassificada a proposta que:
- 14.5.1 Não atender ás exigências do presente Edital e seus anexos;
 - 14.5.2 Não alcançar, no total, a nota mínima de oitenta pontos;
 - 14.5.3 Obtiver nota zero em quaisquer dos quesitos a que se referem os itens (14.4.1.1 a 14.4.1.4).
 - 14.5.4 A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório.
- 14.6. Caso os autores das pontuações destoantes não adotem novas pontuações, deverão registrar suas justificativas por escrito em ata, a qual deverá ser assinada por todos os membros da Subcomissão técnica e passará a compor o processo da licitação.
- 14.7. Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos itens 14.4.1.1, 14.4.1.2, 14.4.1.3 e 14.4.1.4.
- 14.8. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação, cuja data será



divulgada na forma do art 45. § 2º da Lei nº 8.666 de 1993 e para o qual serão convidadas todas licitantes habilitadas.

15. DA VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS E DA NOTA FINAL

15.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

15.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que:

15.2.1 Não atender as exigências deste Edital e de seus anexos, que apresentar preços baseados em outra proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços, ou oferta não prevista no Edital.

15.2.2. Apresentar qualquer acréscimo aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Ceará, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante.

15.3 Os quesitos a serem valorados são os integrantes da planilha que constitui o Anexo II.

15.4. À proposta válida com menor preço será atribuída a nota máxima 10 (dez) pontos.

15.5. A Comissão de Licitação da Prefeitura Municipal de Crato atribuirá notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme as seguintes fórmulas:

> Honorários, a serem cobrados da Prefeitura Municipal de Crato. Incidentes sobre os custos de produção/suprimentos/serviços decorrente do estudo ou de criação intelectual da agência contratada, e sob sua supervisão técnica: _____ % ();

MPr

$$NPr^1 = \frac{\quad}{Pr} \times 10$$

Onde: **NPr¹ = Nota de Preço 1**

MPr = Menor preço entre as propostas válidas

Pr = Preço da Proposta em análise

> Honorários a serem cobrados da Prefeitura Municipal de Crato sobre os custos de produção/suprimentos/serviços realizada por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços, quando a responsabilidade da



agência limitar-se exclusivamente à contratação do serviço ou
suprimento: ___% (___);

$$NPr^2 = \frac{MPr}{Pr} \times 10$$

Onde: **NPr² = Nota de Preço 2**

MPr = Menor preço entre as propostas válidas

Pr = Percentual da Proposta em análise

>Desconto a ser concedido à Prefeitura Municipal de Crato. Sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Ceará: ___% (___)

D

$$NPr^3 = \frac{MD}{D} \times 10$$

Onde: **NPr³ = Nota de Preço 3**

MD = Maior desconto entre as propostas válidas

D = Desconto da Proposta em análise

DESCONTO (D)

Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na Tabela do Sindicato das

Agências de Propaganda do Ceará.

>Por fim será calculado a nota de preço final para cada licitante, conforme fórmula a seguir:

$$NPr(f) = \frac{NPr^1 + NPr^2 + NPr^3}{3}$$

Onde **NPr(f) = Nota de Preço final**

15.6. O valor da Nota Final (NF) atribuída à licitante será obtido pela seguinte fórmula a seguir:

$NF = 0,6 \times NTC + 0,4 \times$



NPr(f)

Onde: **NF = Nota Final**

NTc = Nota Técnica

NPr(f) = Nota de Preço Final

15.6.1. As propostas serão classificadas em ordem decrescente de Nota Final (NF).

15.6.2. No caso de empate entre duas ou mais propostas, a classificação será feita, obrigatoriamente, por sorteio, em ato público para o qual todas as licitantes serão convocadas, conforme previsto no art. 45, § 2º, da Lei nº 8.666 de 1993.

15.6.3. Após os eventuais desempates, as propostas serão classificadas em ordem decrescente de Nota Final (NF) resultando que a proposta vencedora será a classificada em primeiro lugar.

16. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

16.1. A critério da Comissão de Licitação da Prefeitura Municipal de Crato, todas as decisões referentes a esta Concorrência Pública poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial é obrigatória:

16.1.1 Das reuniões de abertura de invólucros;

16.1.2. No Diário Oficial do Estado, ou por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

17. DAS IMPUGNAÇÕES AO EDITAL E RECURSOS ADMINISTRATIVOS

17.1. Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até o 5º dia útil antes da data de abertura do certame, no Protocolo da Prefeitura Municipal de Crato, localizado no Largo Júlio Saraiva s/nº, Centro, Crato-CE, no horário das 08h00min às 14h00min de segunda a sexta-feira, em dias úteis, o qual deverá ser julgado e respondido em até três dias úteis, contados da data do seu recebimento, sem prejuízo da faculdade prevista no §1º do art. 113 da Lei nº 8.666/93.

17.2. Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a Licitante que não o fizer até o segundo dia útil antes da data de abertura do certame, mediante solicitação por escrito e protocolizada no endereço mencionado no item anterior.



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

17.4. Eventuais recursos referentes à presente Concorrência Pública deverão ser interpostos no prazo máximo de cinco dias úteis a contar da publicação e/ou da intimação da decisão correspondente, em petição escrita dirigida a PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE CRATO, e entregues no Protocolo da Prefeitura Municipal de Crato, localizado no Largo Júlio Saraiva s/nº, Crato-CE, no horário das 08h00min às 14h00min, de segunda a sexta-feira, em dias úteis.

17.5 Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão manifestar-se no prazo máximo de cinco dias úteis, a contar do recebimento da impugnação.

17.6 Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão de Licitação da Prefeitura Municipal de Crato poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de cinco dias úteis. ou no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) à autoridade competente que decidirá em cinco dias úteis contados de seu recebimento.

17.7 Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal.

17.8 Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos ou impugnações até o seu término, vista ao processo desta Concorrência Pública, na sede da Comissão de Licitação da Prefeitura Municipal de Crato. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão de Licitação da Prefeitura Municipal de Crato - motivadamente e se houver interesse para a Prefeitura Municipal de Crato atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

18. DAS CONDIÇÕES DA CONTRATAÇÃO

18.1 A licitante vencedora terá o prazo de até 5 (cinco) dias úteis, contados a partir da convocação, para assinar o termo de Contrato, nos moldes da minuta constante do Anexo V.

18.1.1. A critério da Prefeitura Municipal de Crato e a pedido justificado da licitante vencedora, o prazo acima estabelecido poderá ser prorrogado uma única vez. por igual período.

18.2 Caso a licitante vencedora se recuse a assinar o Contrato no

1



prazo acima estipulado, a Comissão de Licitação da Prefeitura Municipal de Crato poderá, a seu critério, convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o Contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas na proposta de menor preço, ou revogar esta Concorrência Pública, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei 8.666/93.

18.2.1 O disposto no item anterior não se aplica às licitantes remanescentes convocadas.

18.2.2 O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado através de termo aditivo por iguais e sucessivos períodos, nos casos previstos na Lei nº. 8.666/93, contados do início da vigência, computadas as eventuais prorrogações, desde que não haja manifestação contrária de uma das partes, por escrito, até 30 (trinta) dias antes do seu término.

18.2.3 A Prefeitura Municipal de Crato poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à contratada qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei nº. 8.666/93 e no contrato a ser firmado entre as partes.

18.2.4. A rescisão do contrato, de acordo com o que preceituam os art. 79 e 80 da Lei nº 7.666/93, poderá ser:

- a) Determinada por ato unilateral e escrito da Prefeitura Municipal de Crato, nos casos enumerados no art. 78, incisos I a XII e XVII, da Lei nº. 8.666/93;
- b) Amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo de licitação, desde que haja conveniência para a Prefeitura Municipal de Crato;
- c) Judicial, nos termos da legislação processual.

18.2.5 A contratada deverá prestar esclarecimentos, à Prefeitura Municipal de Crato sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam, independentemente de solicitação.

18 2.6 A contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação de serviços objeto desta Concorrência Pública, que envolva o nome da Prefeitura Municipal de Crato. se houver expressa autorização desta.

18.2.7 É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente Concorrência Pública, para qualquer operação financeira sem prévia e expressa autorização, por escrito, da Prefeitura



Municipal de Crato.

18.2.8. A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas nesta Concorrência Pública.

18.2.9 A Prefeitura Municipal de Crato realizará avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela contratada, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços praticada.

18.3. À critério da Prefeitura Municipal de Crato a licitante vencedora 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 as condições previamente acordadas.

19. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS.

19.1. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela licitante vencedora, sem justificativa aceita pela Prefeitura Municipal de Crato, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções:

a) Multa compensatória de 2% (dois por cento), calculada sobre o valor do contrato, pela recusa em assinar o contrato, no prazo de dez dias úteis, após regularmente convocada, sem prejuízo da aplicação de outras sanções previstas no art. 87 da Lei nº 8.666/93;

b) Multa de mora de 0.5% (cinco décimos por cento), calculada sobre o valor do serviço em atraso, por dia de inadimplência, até o limite de vinte dias úteis, caracterizando inexecução parcial do contrato,

c) Multa compensatória de 2% (dois por cento), calculada sobre o valor do contrato, pela inadimplência além do prazo referido na alínea anterior, caracterizando inexecução total do contrato;

d) Advertência;

e) Suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com a Prefeitura Municipal de Crato por prazo de até dois anos;

f) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Prefeitura Municipal de Crato, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição, ou até que seja promovida a reabilitação, perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será



concedida sempre que a licitante vencedora ressarcir a Prefeitura Municipal de Crato pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

19.2 A aplicação das sanções previstas neste Edital não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 8.666/93, incluída a responsabilização da licitante vencedora por eventuais perdas e danos causados à Prefeitura Municipal de Crato.

19.3 A multa deverá ser recolhida no prazo máximo de dez dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela Prefeitura Municipal de Crato.

19.4. O valor da multa poderá ser descontado da Fatura ou crédito existente na Prefeitura Municipal de Crato em favor da licitante vencedora, sendo que, se o valor da multa for superior ao crédito existente, a diferença será cobrada na forma da lei

19.5 As multas e outras sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato, devidamente justificado pelo setor competente da Prefeitura Municipal de Crato.


19.6 As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.

19.7 Em qualquer hipótese de aplicação de sanções, será assegurado à licitante vencedora o contraditório e a ampla defesa.

19.8 A recusa sem motivo justificado do convocado em assinar o Contrato, aceitar ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido nos itens 18.1. ou 18.1.1, caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-a às penalidades aludidas neste item e na cláusula Décima Terceira da Minuta do Contrato - Anexo V deste Edital. O disposto neste subitem não se aplica às licitantes convocadas na forma do art. 64, § 2º da Lei 8.666/93.

20 DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

20.1 Os recursos orçamentários para a execução dos serviços a serem contratados da Agência, por 12 (doze) meses são de R\$ 2.500.000,00 (Dois Milhões e quinhentos mil reais).

20.2 Os recursos para a contratação dos objetos desta licitação, obedecerão à seguinte Classificação Orçamentária: Secretaria de Saúde: 



1401.10.122.0021.2090; Secretaria de Desenvolvimento Social -
1501.08.122.0071.2117; Chefia de Gabinete 0201.04.122.0021.2003;
Secretaria de Educação 1301.12.361.0171.2067. Elemento de
Despesa:3.3.90.39.00

20.3. As despesas estimadas para o exercício subseqüentes, se houver, serão objeto de destaque específico, a ser oportunamente formalizado mediante emissão de nota de empenho.

21 REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS

21.1 A remuneração à licitante vencedora, pelos serviços prestados, será feita nos termos da Cláusula Sexta da minuta do Contrato - Anexo V deste Edital, consoante os preços estabelecidos em sua proposta de preços ou, quando for o caso, de acordo com os preços negociados.

21.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima da minuta do Contrato - Anexo V deste Edital.

22 DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

22.1 As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão técnica, constituída por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal de Crato-CE.

22.2 A escolha dos membros da Subcomissão técnica foi realizada por sorteio Público, publicado no Diário oficial do Crato, Jornal O Povo e Diário Oficial do Estado do Ceará, entre os nomes de uma relação que possuía no mínimo o dobro do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e sendo composta por, pelo menos. 1/3 (um terço) de profissionais que não mantém nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal de Crato-CE.

23. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

23.1 O presente Edital e seus Anexos, bem como a proposta da licitante vencedora farão parte integrante do Contrato, independentemente de transcrição.

23.2 Os proponentes assumem todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e a Prefeitura Municipal de Crato /. não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.



23.3. Os proponentes são responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação.

23.4 Após a apresentação da proposta, não caberá desistência, salvo por motivo decorrente de fato superveniente devidamente comprovado e que venha a ser aceito pela Comissão de Licitação.

23.5 Ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário e local anteriormente estabelecido, desde que não haja comunicação da Comissão de Licitação em contrário.

23.6. É facultada à Comissão de Licitação, em qualquer fase desta Concorrência Pública, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente dos Documentos de Habilitação ou das Propostas Técnica e de Preços.

23.7. A Comissão de Licitação poderá, em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem disponível para a realização dos serviços objeto desta Concorrência Pública.

23.8. Até a assinatura do Contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada se a Comissão de Licitação tomar conhecimento de fato desabonador à sua habilitação, conhecido após o julgamento.

23.9. Se ocorrer a desclassificação da licitante vencedora por fato referido no item anterior, a Comissão de Licitação poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta Concorrência Pública.

23.10 Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela Prefeitura Municipal de Crato.

23.11. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

23.12. A Comissão de Licitação poderá, no interesse da Prefeitura Municipal de Crato, relevar omissões puramente formais nos documentos e



Propostas apresentadas pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência Pública e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão.

23.13. Para fins desta Concorrência Pública, o Briefing (Anexo I) reúne as informações necessárias à elaboração da Proposta Técnica e, portanto, atende às exigências do projeto básico a que se referem o art. 6º e o art. 40. § 2º, inciso I. da Lei nº 8.666/93.

23.14. A contratada poderá subcontratar outras agências, veículos de comunicação, produtoras de áudio e vídeo, impressões de mídia exterior, institutos de pesquisa, serigrafias e mídia digital, para a execução total ou parcial de alguns dos serviços de que trata esta Concorrência Pública, mediante anuência prévia, por escrito, da Prefeitura Municipal de Crato, ressaltando-se que a contratada permanecerá com todas as suas responsabilidades contratuais perante a Prefeitura Municipal de Crato.

23.15. A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do Contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas nesta Concorrência Pública.

23.16. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a Comissão Especial de Licitação comunicará os fatos verificados ao Ministério Público Estadual, para as providências devidas.

23.17. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se o autor às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº. 8.666/93.

23.18. Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão de Licitação no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

23.19. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta Concorrência Pública será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

23.20. Correrão por conta da Prefeitura Municipal de Crato as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação.

C



PROCURADORIA
GERAL DO MUNICÍPIO
SETOR DE LICITAÇÕES



PREFEITURA DO
CRATO



23.21 Esclarecimentos sobre esta Concorrência Pública serão prestados pela Comissão de Licitação e poderão ser obtidos até dois dias úteis antes da data da abertura do certame exclusivamente mediante solicitação por escrito, protocolizada de segunda a sexta-feira, na Prefeitura Municipal, Largo Júlio Saraiva s/n°, Centro, Crato-CE, mediante solicitação por escrito, protocolizada de segunda a sexta-feira, das 8h às 17h ou via email oficial licitacrato@gmail.com.

23.22 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos apenas por escrito, se possível pelas mesmas vias ressalvado que a Comissão de Licitação dará conhecimento das consultas e respostas às demais licitantes que retiraram o Edital.

23.23. Para as demais condições de contratação, observar-se-ão as disposições constantes dos Anexos deste Edital.

23.24 Os casos omissos e as dúvidas suscitadas com relação ao Briefing serão resolvidos pela Comissão Especial de Licitação no endereço CITADO NO PREÂMBULO. As questões suscitadas por este Edital que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas pelo foro da Justiça da Comarca de Crato- CE.

Crato-CE, 12 de dezembro de 2023

Valéria do Carmo Moura
Presidente da Comissão Permanente de Licitação



PROCURADORIA
GERAL DO MUNICÍPIO
SETOR DE LICITAÇÕES



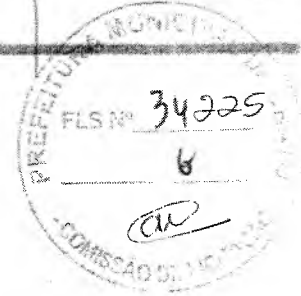
PREFEITURA DO
CRATO



ANEXO I

BRIEFING

9



BRIEFING

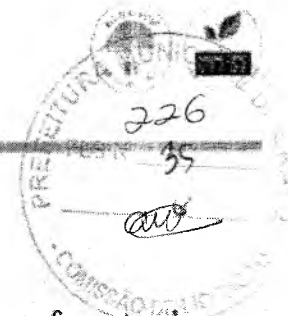
A Prefeitura Municipal do Crato, município localizado no estado do Ceará, está em busca de 01 (uma) agência especializada em publicidade e propaganda. A intenção é adquirir serviços completos de marketing, abrangendo as diversas Secretarias que compõem a administração municipal, sendo elas a Secretaria Municipal de Finanças e Planejamento, Secretaria Municipal de Infraestrutura, Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico Sustentável, Secretaria Municipal de Cultura, Secretaria Municipal de Educação, Secretaria Municipal de Saúde, Secretaria Municipal do Trabalho e Desenvolvimento Social e Gabinete do Prefeito

Esta agência será responsável por realizar um amplo conjunto de tarefas, tais como planejamento, execução, supervisão e criação de campanhas publicitárias, bem como produção de peças avulsas e materiais promocionais. Além disso, estarão no escopo da agência o desenvolvimento de marcas, expressões de propaganda, logotipos e outros elementos visuais de comunicação. Todos esses serviços serão contratados com base na tabela de custos fornecida pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará (SINAPRO-CE).

A propagação de informações sobre os serviços e atos legais do governo municipal deve aderir aos princípios da clareza e abertura. Essa divulgação deve estar alinhada com os interesses públicos e ser informativa, educativa e orientadora em sua natureza. Portanto, os principais objetivos da comunicação da Prefeitura Municipal do Crato incluem:

- a) Propagar informações de interesse público relacionadas a diferentes setores da sociedade;
- b) Fomentar a participação ativa da comunidade nas discussões e decisões ligadas às políticas públicas;
- c) Fazer circular os direitos do indivíduo e os serviços disponibilizados para ele, com o propósito de aumentar seu papel como um meio de inclusão social;
- d) Anunciar a realização de iniciativas educacionais, serviços de interesse público e ações institucionais que promovam o engajamento cívico e a participação da população;
- e) Ampliar a divulgação e incentivar o uso dos diversos serviços oferecidos pela Administração Municipal;
- f) Informar sobre a realização de fóruns, workshops e eventos que esclareçam para o público o papel desempenhado pelo Governo Municipal;
- g) Fortalecer entre a população a imagem da Prefeitura como um espaço contínuo para expressar as aspirações da comunidade local e enfatizar que a legitimidade de todas as ações do Executivo Municipal surge dessa colaboração mútua.

[Handwritten signatures and initials]
Candidato



Diretrizes

Instrumento para promover a mobilização, disseminação de informações e fomento da cidadania, a estratégia de comunicação, em suas variadas modalidades, é guiada pelas diretrizes a seguir:

1. **Unidade e integração:** a comunicação deve ser integrada, precisa nas informações e harmônica nos conteúdos reunindo todos os esforços em um discurso unificado;
2. **Prestação de contas:** manter a população do município informada de forma permanente sobre os esforços empreendidos pela Prefeitura e sobre os resultados advindos de seus trabalhos e serviços.
3. **Utilidade Pública:** enfatizar nas campanhas, peças e materiais, as ações e empreendimentos da Prefeitura da cidade, relacionados à avaliação de legislações ou quaisquer outros procedimentos pertinentes ao seu papel. Essas iniciativas estão ancoradas na execução ou respaldo de empreendimentos direcionados à prevenção, instrução, divulgação e o bem comum;
4. **Incentivo à Parceria:** incluir em toda e qualquer comunicação o conceito de parceria entre o poder público e o cidadão, estimulando o diálogo para que a sociedade, através de seus diversos órgãos e, se sinta à vontade para participar dos debates e das decisões;
5. **Consolidação da Imagem:** inserção da marca da Prefeitura Municipal do Crato em todo e qualquer material publicitário que seja veiculado, com o intuito de unificar e fortalecer a imagem do Governo Municipal.

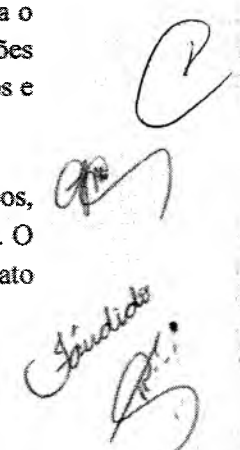
Características do Município:

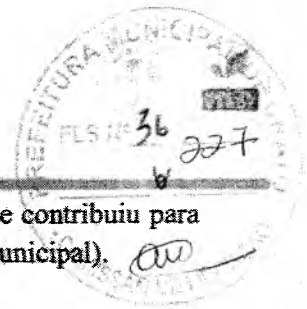
O Crato é um município brasileiro localizado no estado do Ceará, na região do Cariri. Está situado a aproximadamente 544 km da capital Fortaleza, com acesso principal pela rodovia BR 116. A cidade é um dos centros populacionais e econômicos mais relevantes do Vale do Cariri, sendo reconhecida como a "Cidade do Cariri" e a "Terra do Padre Cícero".

O Crato abrange uma área de 1.138.150 km² e possui uma população estimada em cerca de 131.050 habitantes, de acordo com dados do IBGE, sendo a maior parte da população residindo na área urbana do município.

O município tem um papel significativo na economia do Vale do Cariri e do estado do Ceará. Situado em uma região de solo fértil do Cariri, o Crato sempre foi um ponto estratégico para o transporte de pessoas e mercadorias. Ao longo dos anos, testemunhou transformações econômicas, desde o ciclo da pecuária até a agricultura, passando pela exploração de minérios e atividades artesanais.

A economia cratense hoje é sustentada principalmente pelo comércio, setor de serviços, agronegócio e também pela indústria, incluindo a fabricação de calçados e artigos cerâmicos. O PIB do município foi registrado em R\$ 1.719.123,29 em 2020, segundo o IBGE. O Crato





também demonstrou bom desempenho no âmbito de Emprego & Renda, o que contribuiu para um posicionamento positivo no IFDM (Índice FIRJAN de Desenvolvimento Municipal).

O município é conhecido por ser o lar da Universidade Regional do Cariri (URCA), que desempenha um papel importante no ensino superior da região e também na pesquisa. Além disso, o Crato é reconhecido por suas festas culturais e religiosas, como a tradicional festa de Santo Antônio.

O município oferece um portal online com serviços e informações úteis (<https://crato.ce.gov.br>), além de manter presença nas redes sociais como Facebook e Instagram, onde são compartilhadas as principais realizações da administração municipal.

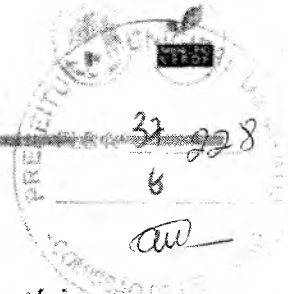
Problema geral

Assegurar que a mensagem seja compreendida de forma clara e sem distorções é o objetivo fundamental de toda comunicação. Dentro do ruído gerado por uma variedade de fontes emissoras, enfrentar essa tarefa se torna um desafio de proporções consideráveis, especialmente quando confrontado com a diversidade cultural e social dos diversos públicos que recebem as mensagens. Dada a complexidade de decodificar e organizar o grande volume de informações disponíveis, os indivíduos se transformam em processadores seletivos, criando suas próprias estratégias para filtrar e utilizar as mensagens.

O noticiário, as análises e os comentários a respeito da administração municipal são tão vastos e diversos que se torna complicado para a população perceber, acompanhar e avaliar com precisão as ações realizadas e seus benefícios reais. Quanto mais dispersa essa compreensão, maior é o risco de um desinteresse por parte da sociedade. Esse risco aumenta ainda mais considerando que os casos de corrupção envolvendo membros de diferentes instâncias do governo são frequentemente destaque na mídia brasileira, resultando em apatia ou indignação por parte do povo. Nesse ponto, a comunicação institucional pode exercer seu papel mais estratégico: ser o meio que facilita a relação de parceria entre a administração municipal e a comunidade.

Problema específico

A campanha específica a ser desenvolvida pelas agências concorrentes deve ter como tema central o aniversário do Município do Crato, que completará 260 anos no dia 21 de junho de 2024. A data, naturalmente marcante, deve servir como pretexto para a veiculação de uma comunicação estabelecida em duas vertentes muito claras: a da prestação de contas e a da celebração, em uma narrativa que pode ser trabalhada através da lógica de causa e efeito: graças ao trabalho realizado pela Prefeitura, a população pode celebrar o aniversário da cidade, pois tem conquistas reais para festejar. O conceito de campanha deve buscar a construção de uma identidade própria, com o fortalecimento da autoestima e do orgulho de ser cratense à sua terra, sua cultura, sua história e suas conquistas.



A tarefa das Licitantes

O que se espera das agências concorrentes é a elaboração de um plano e de uma estratégia capaz de oferecer soluções aos problemas geral e específico de comunicação e que funcione como fio condutor de todas as ações de comunicação da Prefeitura Municipal de Crato com o povo, de modo a fortalecer a participação e a cidadania.

A campanha

Apresentar uma campanha publicitária para divulgar os 260 anos de emancipação do município do Crato, incluindo na comunicação o desenvolvimento e as conquistas obtidas pelo município através do trabalho realizado pela Prefeitura Municipal, buscando gerar no público alvo um sentimento de pertencimento, orgulho e confiança no esforço empreendido para que a cidade tenha ainda mais o que celebrar no futuro.

A apresentação do trabalho deve estar construída através da estrutura a seguir:

- 1 - Raciocínio Básico;
- 2 - Estratégia de Comunicação;
- 3 - Ideia Criativa;
- 4 - Estratégia de Mídia e Meios;
- 5 - Capacidade de Atendimento;
- 6 - Repertório;
- 7 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

Público-alvo

População geral do município do Crato, o que compreende mais de 130 mil habitantes, com seus diferentes perfis, incluindo ainda visitantes e turistas, uma vez que a campanha trata de uma data festiva, que pode servir de motivação para a visitação à cidade no período que compreenderá a campanha.

Abrangência

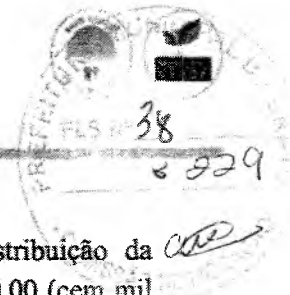
A campanha deverá atingir toda a área metropolitana do Crato, além de alcançar também as áreas adjacentes da região.

Período da Campanha

A campanha deverá ter duração de 30 dias, considerando, em caráter de exercício, o período de 01 a 30 de junho de 2024.



**PREFEITURA DO
CRATO**



Verba referencial

A alocação de valores prevista para veiculação, produção, exposição ou distribuição da campanha tem como verba referencial a ser utilizada pela licitante de R\$ 100.000,00 (cem mil reais)

**Fabiano Brasil Sales
CHEFE DE GABINETE**

**Marina Solano Feltosa Brito Rodrigues da Matta
SECRETÁRIA DE SAÚDE**

**Germana Maria Brito Rodrigues Alencar
SECRETÁRIA DE EDUCAÇÃO**

**Ticiania Ferreira Cândido França
SECRETÁRIA DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL**



VALORES
REFERENCIAIS DE
SERVIÇOS INTERNOS



C

2023/2024



C



SINAPRO CEARÁ
GESTÃO 2023 - 2026

Evandro Colares

Presidente

Agência - Advance Comunicação & Marketing

Paulo Henrique Donato

Diretor de Relações com Mercado

Agência - PHD Comunicação e Eventos

Lavor Neto

Diretora de Assuntos Institucionais

Agência - Bolero Serviços em Comunicação e Publicidade

Ana Celina Bueno

Diretor Tesoureiro

Agência - Acesso Comunicação

Claudio Augusto

Diretor Secretário

Agência CK Comunicação e Serviços Publicitários

Bob Santos

Conselheiro Fiscal

Agência - SG Propag Comunicação & Marketing

Duda Brígido

Conselheiro Fiscal

Agência - EBM Quintto Comunicação

Giacomo Chiesa

Conselheiro Fiscal

Agência - GK Agência de Publicidade Ltda

A handwritten signature or mark, possibly a stylized 'C' or 'G', located in the bottom right corner of the page.



SERVIÇOS INTERNOS DIGITAIS

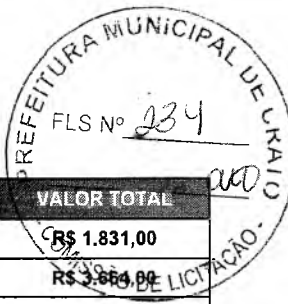
ESTA TABELA CONTEMPLA CRIAÇÃO, CONCEPÇÃO E/OU LAYOUT.

NÃO INCLUI: PROGRAMAÇÃO, EXECUÇÃO TECNOLÓGICA E PRODUÇÃO.

REFAÇÃO - ADICIONAL DE 40%. VALORES EM REAIS.

A handwritten mark or signature in the bottom right corner of the page.

ANÚNCIOS DISPLAY



PEÇA/TIPO	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	VALOR TOTAL
1 Qualquer formato s/ animação	R\$ 1.098,00	R\$ 733,00	R\$ 1.831,00
2 Qualquer formato c/ animação	R\$ 2.198,00	R\$ 1.466,00	R\$ 3.664,00
3 Qualquer formato c/ rich media (animação avançada)	R\$ 4.397,00	R\$ 2.931,00	R\$ 7.328,00

PEÇA/TIPO	FOR FORMATO	19 FORMATOS GDN*
4 Replicação (ajustes de especificações para outros veículos)	R\$ 515,00	R\$ 2.305,00

FORMATOS MAIS UTILIZADOS

PEÇA/DIMENSÕES	PIXELS
5 Arranha-céu (Skyscraper)	120 x 600
6 Arranha-céu largo (Wide skyscraper)	160 x 600
7 Banner	468 x 60
8 Superbanner (Cabeçalho)	728 x 90
9 Superbanner expansível	728 x 90 - 728 x 300
10 Gigabanner (Cabeçalho grande)	970 x 90
11 Retângulo	180 x 150
12 Retângulo médio	300 x 250
13 Retângulo grande	336 x 280
14 Retângulo vertical	240 x 400
15 Barra vertical	200 x 446
16 Quadrado	250 x 250
17 Quadrado pequeno	200 x 200
18 Meia página (Half page)	300 x 600
19 Outdoor (Billboard)	970 x 250
20 Dhtml/Floater	Variável, até 72.200 pixels de área
MOBILE	
21 Feature Phones	
22 Small Banner	120 x 20
23 Medium Banner	168 x 28
24 Large Banner	216 x 36
25 Smart Phones - Web & APPs	
26 Banner e Banner Expansível	300 x 50
27 Wide Banner e Wide Banner Expansível	320 x 50
28 Interstitial	300 x 250
29 Wallpaper	1920 x 1080
30 e-Book (Projeto Gráfico)	600 x 800
31 Custos de roteiro para publicação em stories, facebook, whatsapp.	1080 x 1920 / 1080 x 1080
32 Avatar	
33 Destaque canais de redes sociais	
34 Capa Facebook – 851 px X 315 px	851 px X 315 px
35 Capa Instagram – 1128 px X 191 px, proporção 4:1	1128 px X 191 px, proporção 4:1
36 Capa LinkedIn – 1584 px X 396 px	1584 px X 396 px
37 Capa Twitter – 1500 px X 500 px	1500 px X 500 px
38 Capa WhatsApp – 590 px X 340 px	590 px X 340 px
39 Capa Youtube	Informações principais: 1546 px X 423 px
40 TV: 2560 px X 1440 px	2560 px X 1440 px
41 Desktop: 2560 px X 423 px	2560 px X 423 px
42 Tablet: 1855 px X 423 px	1855 px X 423 px
43 Smartphones: 1546 px X 423 px	1546 px X 423 px

Observação: Formatos padrão IAB e Rede Display Google (GDN). Sujeitos a alteração.

OUTRAS PEÇAS



PEÇA		GRIAÇÃO/FINALIZAÇÃO
44	Post simples/Anúncios Redes Sociais (jpg/gifs + texto)	R\$ 1.615,00
45	Post Carrossel (jpg/gifs + texto - Visto que um carrossel geralmente tem mais de 3 telas)	R\$ 4.040,00
46	Post Canvas	R\$ 1.596,00
47	Cover para Redes Sociais (estático)	R\$ 4.848,00
48	Filtros (redes sociais) Baixa complexidade	R\$ 1.306,00
49	Filtros (redes sociais) Alta complexidade	R\$ 4.212,00
50	Bumper 6"	R\$ 1.306,00
51	Vídeo para internet/Reels 05"	R\$ 2.133,00
52	Vídeo para internet/Reels 15"	R\$ 6.400,00
53	Vídeo para internet/Reels 30"	R\$ 9.599,00
54	Vídeo para internet/Reels 60"	R\$ 14.398,00
55	Vídeo para internet/Reels 90"	R\$ 23.998,00
56	Templates para Live/Campanhas Digitais	R\$ 2.288,00

Obs.: Para anúncio estático cobrar 60%

PEÇA		GRIAÇÃO/ANIMAÇÃO/PROGRAMAÇÃO
57	Anúncio para Tablet Horizontal ou Vertical	R\$ 2.655,00
58	Anúncio para Tablet Horizontal e Vertical	R\$ 4.203,00

*1) Adaptações de materiais já criados: 40% do valor original

2) Os preços de anúncio para tablet incluem animação e programação.

Para anúncio estático cobrar 60%.

PROJETOS

Os preços a seguir referem-se a projetos solicitados com mais frequência por clientes. Incluem os custos de horas-homem dos profissionais envolvidos, das áreas Atendimento, Planejamento, Gestão, Design/Criação.

PREÇOS REFERENCIAIS

A realização de um projeto pode utilizar profissionais de todas as áreas ou não. Além disso, os projetos tem especialidades e graus de complexidade diferentes, que demandam mais ou menos horas-homem. Por isso, sugerimos a seguir preços referenciais em projetos de média complexidade.

ETAPAS DE TRABALHO

Etapas de trabalho possíveis para um projeto: diagnóstico, planejamento, protótipo, layout, desenvolvimento (programação) e produção de conteúdo. A existência ou não de todas as etapas depende da natureza e do grau de complexidade do projeto.

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO EXCLUSIVO PARA REDES SOCIAIS



SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
59	Cobertura de eventos – até 3h**	R\$ 2.211,00
60	Cobertura de eventos noturno – após 20h – até 2h**	R\$ 3.264,00
61	Cobertura (sábados, domingos e feriados) – até 3h**	R\$ 4.317,00
62	Captção externa – até 2h**	R\$ 1.990,00
63	Locução para vídeo para redes sociais – até 1'	R\$ 1.590,00
64	Fotos semiprofissionais para redes sociais (captção de até 5 fotos)	R\$ 1.211,00
65	Personagem/Modelo para conteúdo digital	R\$ 526,00
66	Edição de vídeo para redes sociais de até 1' com imagem disponibilizada pelo cliente	R\$ 4.254,00

*Os itens acima são exclusivos para conteúdo digital, não sendo permitido a veiculação em outros meios.

**Deslocamento pago pelo cliente.

BUSINESS INTELLIGENCE

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
67	O Business Intelligence é amplo com várias áreas de atuação, tais como: big data, análise qualitativa e quantitativa de dados, planejamento de TI, banco de dados, entre outras. Escolhemos inserir o preço referência do serviço mais demandado pelos clientes: análise de campanhas de comunicação.	
	Análise de BI Análise qualitativa de dados gerados a partir das diversas plataformas disponíveis no mercado que coletam dados nos canais utilizados nas ações.	R\$ 6.636,00
68	Relatório Benchmarking Análise profunda de empresas que podem ser referências no mercado, do mesmo setor competitivo, ou de segmentos relacionados, através de métricas e dados. Análises de aspectos competitivo, performático, interno, cooperativo e genérico	R\$ 9.954,00
69	Relatório de repercussão Análise da repercussão de determinado assunto (crise) em evidência com os principais publicadores, extração de comentários, sentimentalização, nuvem de palavras e principais percepções. O relatório auxilia a marca/cliente a identificar os pontos críticos envolvendo a imagem da marca ou da figura pública	R\$ 13.273,00
70	Pesquisa e Análise de Influenciadores (até 5) O relatório tem como objetivo identificar influenciadores que conversam com o público solicitado pela marca/cliente, além de trazer indicadores qualitativos da base de seguidores do influenciador. Através de filtros avançados é possível identificar influenciadores de maior afinidade com a marca/cliente	R\$ 13.273,00
71	Relatório de Saúde Digital Análise de performance das redes sociais e marca do cliente, compreende análise da imagem, principais percepções e análise de sentimentalização por um determinado período	R\$ 27.120,00

CAMPANHAS DIGITAIS



SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
PLANEJAMENTO DE CAMPANHA		
72	Planejamento Estratégico de Campanhas Digitais	R\$ 28.319,00
73	Planejamento de Média para Campanhas Digitais	R\$ 17.699,00

Observação: Planejamento estimado para campanhas de porte médio com volume de autorização de mídia com até 5 canais digitais.

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
74	GESTAO DE CAMPANHA DE PERFORMANCE Acompanhamento diário da campanha, com otimização constante, incluindo a implementação de recursos e ferramentas que visam garantir a melhor performance da conta, além do controle orçamentário da campanha.	20% da verba gerenciada
	Rede de Display Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas	
75	Programática Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas	20% da verba gerenciada
76	Campanhas Digitais Campanhas digitais por meio de impulsionamento de postagens em redes sociais e plataformas digitais.	20% da verba gerenciada

Observação: Planejamento estimado para campanhas de porte médio com volume de autorização de mídia com até 5 canais digitais.

LINK PATROCINADOS

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
77	Planejamento e Criação	20% da verba gerenciada
78	Gestão da Campanha	20% da verba gerenciada
79	Rede de Pesquisa Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas	20% da verba gerenciada

ADVERGAMES

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
80	Planejamento de Advertising in Game	R\$ 32.979,00
81	Design por Interface (preço por tela)	Preço sob Consulta
82	Game Online Standard	Preço sob Consulta
83	Mobile	Preço sob Consulta
84	Game On-Line Original	Preço sob Consulta
85	Social Game (jogos p/ mídias sociais)	Preço sob Consulta

(Handwritten mark)

REDES SOCIAIS



SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
GESTÃO DE CAMPANHA DE PERFORMANCE A gestão de campanha de performance é focada no desempenho, retorno sobre o investimento e conversões, visando maior geração de negócios com menor custo	
86 <ul style="list-style-type: none"> * Definição dos objetivos a serem atingidos * Avaliação das melhores plataformas para a marca e definição do papel estratégico de cada uma * Definição de métricas para acompanhamento * Métricas e monitoramento de resultados * Análise de funil digital 	R\$ 36.505,00

SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
GESTÃO DE REDES SOCIAIS É o processo de gerenciamento da presença online nas diversas plataformas de mídia social, com periodicidade e frequência de publicação. Compreende o envolvimento e interação com os usuários	
87 Gestão de Canais e Conteúdo <ul style="list-style-type: none"> * Gestão de conteúdo para o canal, com periodicidade e frequência de publicação * Publicação de conteúdo próprio ou terceiros * Planejamento recorrente dos temas abordados no mês * Entrega e apresentação de relatório mensal 	R\$ 10.620,00 /mês - Por canal
88 Gestão de Monitoramento <ul style="list-style-type: none"> * Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais (até 800 menções/mês) * Monitoramento das postagens com métricas, análise, avaliação de resultados * Monitoramento de menções e sentimentalização * Entrega e apresentação de relatório mensal 	11.799,00 /mês - Por canal
89 Gestão de Relacionamento <ul style="list-style-type: none"> * Monitoramento do relacionamento dos seguidores com a marca (até 500K seguidores) * Monitoramento e análise para ações emergenciais complexas e sem complexidade * Volume médio de 1500 interações por mês * Entrega e apresentação de relatório mensal 	R\$ 12.389,00 /mês - Por canal
90 Gerenciamento de WhatsApp (Até 200 interações por mês)	R\$ 22.004,00 /mês - Por canal
91 Gestão de Monitoramento com Influenciador <ul style="list-style-type: none"> * Entregas totais iguais ao item 55 (GESTÃO DE MONITORAMENTO) * Adicional de monitoramento do canal do Influenciador 	R\$ 15.338,00 /mês - Por canal

Observação: Imagens devem ser fornecidas pelo cliente ou através de banco de imagens comprado. Serviços extras pagos a parte como: cobertura de eventos (incluindo os noturnos e em finais de semanas/feriados), produção de vídeos, contratação de ferramentas de monitoramento e SAC (relacionamento).

2

SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION)



SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
<p>PLANEJAMENTO Etapa fundamental para o sucesso dos projetos de SEO, o planejamento identifica os melhores termos (Palavras-chave) e melhores canais para posicionar a marca, considerando o produto/serviço, concorrência e, principalmente, volume de buscas na internet, a fim de assegurar o melhor posicionamento da marca nos sites de busca. São definidas as metas e os KPIs que nortearão a gestão de SEO. Estratégias de link building, conteúdo e performance também são definidas no planejamento, bem como melhorias técnicas para otimizar a indexabilidade nos mecanismos de busca.</p>	
<p>92</p> <ul style="list-style-type: none"> * Análise do comportamento de busca do mercado da empresa * Definição de palavras-chave positivas e negativas que afetam a audiência * Identificação das palavras-chave que estão masia associadas ao domínio * Definição dos melhores canais (buscadores) * Definição dos tipos de conteúdo mais adequados * Definição das estratégias de link building * Análise do Ranking orgânico (organic) e de autoridade (authority) * Estudo de consistência das palavras-chave em páginas específicas * Traffic source - tendências no volume de buscas para o mercado/segmento, em todos os buscadores * Análise do campo Semantico para qualificação de audiência desejada * Definição da estratégia de Gestão de Autoridade * Definição de Metas e KPIs 	<p>R\$ 29.204,00</p>

SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
<p>DIAGNÓSTICO E SETUP INICIAL DO CAIXA Consiste em ações técnicas no canal, executadas no início do trabalho de gestão, que visam corrigir falhas e tornar o canal ótimo e relevante para os buscadores.</p>	
<p>93</p> <ul style="list-style-type: none"> * Apontamento de otimizações da estrutura da informação no site * Melhorias do Title e Meta Description * Correções na indexação do site (rastreamento, ações manuais, DNS, 404, robots, sitemaps e servidor) * Levantamento de Transferência de propriedade e autoridade de página/domínio * Analises de Broken Link, Backlinks e Link Building * Identificação de erros e fatores que podem ser interpretados como black hat * Relatório de posição do site na busca orgânica em palavras-chave positivas 	<p>R\$ 13.275,00</p>

Observação: Preço para 20 Seções/Templates.

SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
<p>GESTAO DE SEO A gestão de SEO é um trabalho contínuo, visto que os algoritmos de busca evoluem constantemente. É fundamental para chegar à primeira página dos buscadores e manter o site em evidência.</p>	
<p>94</p> <ul style="list-style-type: none"> * Orientação para criação de conteúdos relacionados aos objetivos traçados * Instruções técnicas para otimização de páginas * Revisão constante de códigos do canal * Otimização do conteúdo e das imagens * Instruções para otimização de back-links * Gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento * Volume sugerido criação de um conteúdo por semana. 	<p>R\$ 10.620,00 /mês</p>

Observação: Escopo e investimentos estimados para um canal de pequeno e médio porte com especificação funcional semelhante aos citados nesta tabela.

WEBSITE

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
95	Criação	R\$ 3.152,00 (preço por tela)
96	Programação, Execução Tecnológica e Produção	Preço Sob Consulta



HOTSITE

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
97	Criação	R\$ 3.152,00 (preço por tela)
98	Programação, Execução Tecnológica e Produção	Preço Sob Consulta

MOBILE SITE

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
99	Criação	R\$ 3.152,00 (preço por tela)
100	Programação, Execução Tecnológica e Produção	Preço Sob Consulta

BLOG

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
101	Criação	R\$ 7.965,00 (preço por tela)
102	Programação, Execução Tecnológica e Produção	Preço Sob Consulta

C

LANDING PAGE



SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
103	Criação	R\$ 8.548,00 (preço por tela)
104	Programação, Execução Tecnológica e Produção	Preço Sob Consulta

Observações válidas para Website, Hotsite, Mobile Site, Blog e Landing Page:

- 1) Os preços não incluem produção de conteúdo e ferramentas interativas não especi cadas no escopo.
- 2) Os preços não incluem hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.

MOBILE APP

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
105	Criação de aplicativos (por página)	R\$ 3.152,00
106	Planejamento de aplicativos	R\$ 14.841,00
107	Aplicativo original (execução)	Preço Sob Consulta

E-COMMERCE

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
108	Criação (por página)	R\$ 3.152,00
109	Planejamento	R\$ 14.841,00
110	Execução	Preço Sob Consulta

Observações:

- 1) O preço não inclui: planejamento, treinamento, homologação de meios de pagamento, homologação de formas de entrega e carga de produtos.
- 2) O preço não inclui desenvolvimento ou locação de plataforma, que deve ser orçado à parte.
- 3) O preço não inclui hospedagem, compra de domínio e certificados, que devem ser orçados à parte.

A large, stylized handwritten mark or signature in the bottom right corner of the page.

E-MAIL MARKETING



SERVIÇO / ESCOPO		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	VALOR TOTAL
Página criada exclusivamente como destino de uma campanha. Tem como principal objetivo informar o usuário sobre uma determinada ação, lançamento, promoção com foco em aumentar o engajamento e conversão.				
111	Criação de layout Criação de layout com conteúdo produzido a partir de briefing do cliente e mais diagramação	R\$ 5.276,00	R\$ 3.519,00	R\$ 8.795,00
112	Produção HTML	R\$ 1.759,00	-	R\$ 1.759,00
113	Ferramenta de envio			Preço Sob Consulta
114	Disparo			Preço Sob Consulta
115	Mensuração			Preço Sob Consulta
116	Outros serviços de E-mail Marketing Importação, higienização e segmentação da base, Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.	Preço Sob Consulta		

NEWSLETTER

SERVIÇO / ESCOPO		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	VALOR TOTAL
117	Produção Editorial	R\$ 4.394,00		R\$ 4.394,00
118	Criação de layout	R\$ 8.795,00	R\$ 5.860,00	R\$ 14.655,00
119	Produção HTML	R\$ 2.858,00		R\$ 2.858,00
120	Ferramenta de envio			Preço Sob Consulta
121	Disparo			Preço Sob Consulta
122	Mensuração			Preço Sob Consulta
123	Outros serviços de Newsletter Importação, higienização e segmentação da base, Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.	Preço Sob Consulta		

WHATSAPP

SERVIÇO / ESCOPO		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	VALOR TOTAL
124	Card sem animação	R\$ 4.155,00	R\$ 2.771,00	R\$ 6.926,00
125	Card com animação	R\$ 5.933,00	R\$ 3.956,00	R\$ 9.889,00



MODELO DE PRECIFICAÇÃO OPCIONAL

Custos referenciais hora-homem planejamento, criação, execução e gestão de projetos digitais, com natureza e grau de complexidade diferentes e custos variáveis.

EXEMPLOS:

Site, mobile site, hotsite, e-commerce, landing page, blog e mobile app.

Análise de presença, Planejamento e Getsão de marcas em redes sociais.

Planejamento e Getsão de campanhas digitais.

Planejamento, setup e gestão de SEO

Produção de conteúdo especializado e multimídia para sites, redes sociais etc.

Criação e produção de Intervenções diferenciadas.

O orçamento final será baseado em dois pilares essenciais:

- 1 - Detalhamento claro do escopo de trabalho
- 2 - Metodologia para execução e gestão de projeto.

VALORES REFERENCIAIS DE HORA-HOMEM POR ÁREA

	ÁREAS	PREÇO REFERÊNCIA
126	Planejamento	R\$ 398 á R\$ 598
127	Atendimento e Gestão	R\$ 265 á R\$ 398
128	Design e Criação	R\$ 398 á R\$ 598
129	Produção de Conteúdo (Web ou Redes Sociais)	R\$ 265 á R\$ 398
130	Programação	Preço Sob Consulta

CR

ANEXO - INFORMAÇÕES ADICIONAIS



Este Anexo segue rigorosamente as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP Conselho Executivo das Normas Padrão, bem como a legislação da indústria da Propaganda, particularmente a Lei nº 4.680/65, e os Decretos nº 57.690/66 e nº 4.563/02.

Serviços Internos

Os serviços internos são cobrados conforme os valores estipulados neste documento e devem obedecer ao item 3.6 das Normas - Padrão do CENP.

Serviços Externos

São todos os serviços contratados com terceiros para execução dos trabalhos dos clientes anunciantes sob supervisão da agência. Os honorários de agência à taxa de 15% (quinze por cento) incidentes sobre os custos dos serviços de terceiros devem seguir o estipulado nos itens 3.6.1 e 3.6.2 das Normas-Padrão do CENP. Os honorários não incidem sobre os serviços internos, impostos, encargos sociais e reembolsos de despesas.

Reembolso de Despesas

Todos os gastos efetuados a serviço do cliente serão previamente autorizados e efetivamente comprovados, sendo debitados pelo preço de custo sem incidência de honorários ou comissões. Exemplos: viagens, diárias, transporte, alimentação, comunicação em geral, fotocópia etc. Quando os reembolsos de despesas sofrerem taxaço de ISS, este custo deve ser repassado ao cliente.

Serviços não Previstos

A cobrança de serviços não previstos neste documento são de livre acerto entre a agência e o cliente.

Interior do Estado

Este documento é aplicável a todo o Estado do Ceará.

Para o interior do estado, os preços praticados serão de 50% dos valores desta tabela.

TABELA VALIDA ATÉ 30 DE JUNHO DE 2024



SERVIÇOS INTERNOS

OFF - LINE

ESTA TABELA CONTEMPLA CRIAÇÃO, CONCEPÇÃO E/OU LAYOUT.

NÃO INCLUI: PROGRAMAÇÃO, EXECUÇÃO TECNOLÓGICA E PRODUÇÃO.

REFAÇÃO - ADICIONAL DE 40%. VALORES EM REAIS.

C



Criação Campanha (tema/conceito*)		Total
1	Imobiliária	17.150,00
2	Produto	22.627,00
3	Varejo	15.484,00
4	Institucional público/privado	22.627,00
5	Serviço, Comunicação, Educação, Cultura, Turismo	15.484,00
6	Ecologia	8.337,00
7	Responsabilidade social	8.337,00
8	Não mídia	29.774,00
9	Internet	29.774,00
10	Posicionamento e reposicionamento de Marca	22.627,00
11	Endomarketing	22.627,00

Planejamento*		Total
12	Lançamento de empresa	67.108,00
13	Lançamento/Relançamento de produto	67.108,00
14	Lançamento imobiliário	38.348,00
15	Planejamento anual de produto/marca	67.108,00
16	Ação de guerrilha	15.484,00
17	Campanha guerrilha	82.173,00
18	Ação promocional	15.484,00
19	Campanha promocional	57.520,00
20	Campanha incentivo e/ou relacionamento	41.085,00
21	Calendário anual promocional	65.475,00
22	Convenção	59.463,00
23	Eventos	59.463,00
24	Participação de feiras	41.085,00
25	Raciocínio básico	12.627,00
26	Estratégia de comunicação publicitária	12.627,00
27	Ideia criativa (só texto, não inclui as peças)	12.627,00
28	Estratégia de mídia e não mídia	8.461,00
29	Plano de mídia (por meio)	1.553,00
30	Relatos de casos (cada)	4.113,00
31	Levantamento de dados sobre o cliente ou produto, quando não fornecido pelo cliente para fazer o briefing	6.298,00
32	Briefing (quando não fornecido pelo cliente)	8.460,00
33	Planejamento de campanha Institucional	57.520,00
34	Posicionamento e reposicionamento de Marca	22.627,00
35	Endomarketing	22.627,00
36	Questionário para Pesquisa	8.461,00
37	Roteiro para pesquisa Qualitativa	8.461,00
38	Planejamento e Mecânica para Promoção e Concursos	57.520,00
39	Regulamento para Promoção e Concursos	8.461,00

*Não inclusos os custos do tema/conceito de campanha e/ou criação, finalização e computação gráfica das peças sugeridas no planejamento.



Projetos Gráficos (não inclusos os custos de finalização e computação gráfica, que deverão ser cobrados à parte)

		Total
40	Catálogo até 16 páginas	7.147,00
41	Catálogo até 48 páginas	14.291,00
42	Folder especial de lançamento imobiliário até 16 páginas	10.717,00
43	Folder especial de lançamento imobiliário até 48 páginas	21.437,00
44	Livro de texto (por página)	824,00
45	Livro com ilustração (por página)	2.231,00
46	Livro institucional (por página)	1.488,00
47	Livro de arte	2.231,00
48	Jornal	824,00
49	Revista (por página)	1.488,00
50	Relatório anual/diretoria (por página)	1.488,00
51	House Organ (por página)	824,00
52	Agenda (por página customizada)	2.231,00
53	Mostruários	14.291,00
54	Cartilha (por página)	2.231,00
55	Encarte CD/DVD	5.956,00
56	Encarte jornal/revista	5.956,00
57	Newsletter	5.956,00
58	Portfólio (por página)	2.231,00
59	Apresentação em Power Point ou Similar (por página)	2.046,00
60	Apresentação em Flash (por slide)	3.042,00
61	Album de Figurinha (por página)	3.347,00
62	Papelaria	10.358,00
63	Calendário	16.279,00

Projeto de Programação Visual (não inclusos os custos de produção, finalização e computação gráfica)

		Total
64	Eventos e Feiras	19.053,00
65	Microempresa	8.221,00
66	Pequena empresa	10.880,00
67	Média empresa	17.255,00
68	Grande empresa	30.345,00

Anúncios de Jornal (caderno tamanho standard)

		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
69	Até 1/4 página (80 cm/col)	R\$ 1.454,00	R\$ 709,00	R\$ 327,00	R\$ 2.490,00
70	Até 1/2 página (160 cm/col); Orelha	R\$ 2.483,00	R\$ 963,00	R\$ 630,00	R\$ 4.076,00
71	Até 1 página (684 cm/col); Sobrecapa de 1 página	R\$ 3.213,00	R\$ 1.345,00	R\$ 1.213,00	R\$ 5.771,00
72	Página dupla; Sobrecapa dupla promocional	R\$ 4.822,00	R\$ 2.371,00	R\$ 2.423,00	R\$ 9.616,00
73	Apliques, Cintas	R\$ 1.551,00	R\$ 605,00	R\$ 327,00	R\$ 2.483,00
74	Fronhas plásticas; Post-it	R\$ 973,00	R\$ 558,00	R\$ 272,00	R\$ 1.803,00

Anúncio de Jornal (caderno tamanho classificados)

		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
75	Até 60 cm/col	R\$ 973,00	R\$ 365,00	R\$ 200,00	R\$ 1.538,00
76	Até 1/2 página	R\$ 1.474,00	R\$ 575,00	R\$ 327,00	R\$ 2.376,00
77	Até 1 página	R\$ 1.911,00	R\$ 767,00	R\$ 630,00	R\$ 3.308,00
78	Página dupla	R\$ 2.871,00	R\$ 1.345,00	R\$ 1.213,00	R\$ 5.429,00

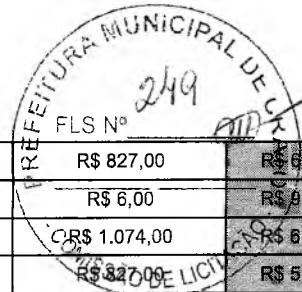
C

Edital (Atas/Avisos/Balancetes/Balancos/Editais)					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
79	Até 1/4 página (80 cm/col)	R\$ 876,00	R\$ 449,00	R\$ 200,00	R\$ 1.525,00
80	Até 1/2 página (160 cm/col)	R\$ 1.399,00	R\$ 733,00	R\$ 722,00 DE LIA	R\$ 2.404,00
81	Até 1 página (684 cm/col)	R\$ 1.814,00	R\$ 878,00	R\$ 544,00	R\$ 3.236,00
82	Página dupla	R\$ 2.729,00	R\$ 1.650,00	R\$ 1.091,00	R\$ 5.470,00

Anúncio Revista					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
83	Até 1/2 página	R\$ 1.354,00	R\$ 523,00	R\$ 503,00	R\$ 2.380,00
84	Até 1 página; Sobrecapa	R\$ 2.034,00	R\$ 788,00	R\$ 805,00	R\$ 3.627,00
85	Até página dupla	R\$ 3.406,00	R\$ 1.330,00	R\$ 1.561,00	R\$ 6.297,00
86	Apliques	R\$ 1.551,00	R\$ 605,00	R\$ 327,00	R\$ 2.483,00
87	Cintas; Post-it; Marcador	R\$ 963,00	R\$ 523,00	R\$ 272,00	R\$ 1.758,00
88	Fronhas plásticas	R\$ 1.091,00	R\$ 564,00	R\$ 272,00	R\$ 1.927,00
89	Orelha	R\$ 1.345,00	R\$ 523,00	R\$ 327,00	R\$ 2.195,00

Anúncio Publicitário					
		Diagramação	Finalização	Computação Gráfica	Total
90	Jornal até 80cm/col	R\$ 876,00	R\$ 894,00	R\$ 327,00	R\$ 2.097,00
91	Jornal até 160cm/col	R\$ 1.399,00	R\$ 1.468,00	R\$ 503,00	R\$ 3.370,00
92	Jornal até 1 página	R\$ 1.817,00	R\$ 1.759,00	R\$ 830,00	R\$ 4.406,00
93	Jornal página dupla	R\$ 2.541,00	R\$ 3.220,00	R\$ 1.159,00	R\$ 6.920,00
94	Revista até 1/2 página	R\$ 876,00	R\$ 894,00	R\$ 327,00	R\$ 2.097,00
95	Revista até 1 página	R\$ 1.399,00	R\$ 1.468,00	R\$ 503,00	R\$ 3.370,00
96	Revista página dupla	R\$ 1.890,00	R\$ 1.759,00	R\$ 621,00	R\$ 4.270,00

Outdoor/Indoor					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
97	Adesivo de chão	R\$ 2.920,00	R\$ 869,00	R\$ 1.361,00	R\$ 5.150,00
98	Adesivo de vitrine	R\$ 1.726,00	R\$ 1.336,00	R\$ 1.074,00	R\$ 4.136,00
99	Adesivo lateral escada rolante	R\$ 1.726,00	R\$ 934,00	R\$ 827,00	R\$ 3.487,00
100	Adesivo para vidro de carro até formato A4	R\$ 888,00	R\$ 540,00	R\$ 327,00	R\$ 1.755,00
101	Blimp	R\$ 896,00	R\$ 365,00	R\$ 315,00	R\$ 1.576,00
102	Busdoor – Taxidoor - Painel lateral de ônibus	R\$ 1.726,00	R\$ 934,00	R\$ 827,00	R\$ 3.487,00
103	Cancela	R\$ 705,00	R\$ 365,00	R\$ 314,00	R\$ 1.384,00
104	Carrinho de bagagem ou supermercado	R\$ 1.563,00	R\$ 666,00	R\$ 830,00	R\$ 3.059,00
105	Colunas de garagem	R\$ 1.563,00	R\$ 666,00	R\$ 830,00	R\$ 3.059,00
106	Display clássico, take one, especial	R\$ 1.563,00	R\$ 666,00	R\$ 830,00	R\$ 3.059,00
107	Empena	R\$ 3.132,00	R\$ 2.680,00	R\$ 2.999,00	R\$ 8.811,00
108	Encosto de cabeça	R\$ 572,00	R\$ 365,00	R\$ 315,00	R\$ 1.252,00
109	Esteira de bagagem	R\$ 4.073,00	R\$ 1.740,00	R\$ 1.074,00	R\$ 6.887,00
110	Faixa - Faixeta (avião, rua, supermercado)	R\$ 572,00	R\$ 365,00	R\$ 315,00	R\$ 1.252,00
111	Frontlight – Backlight - Triedo (por face)	R\$ 3.134,00	R\$ 1.336,00	R\$ 827,00	R\$ 5.297,00
112	Jangadas	R\$ 705,00	R\$ 365,00	R\$ 315,00	R\$ 1.385,00
113	Jogo americano de bares e restaurantes	R\$ 1.563,00	R\$ 666,00	R\$ 830,00	R\$ 3.059,00
114	Lixeiras (mobiliário já existente)	R\$ 778,00	R\$ 365,00	R\$ 413,00	R\$ 1.556,00
115	Lixeiras (criação do mobiliário)	R\$ 1.553,00	R\$ 365,00	R\$ 413,00	R\$ 2.331,00
116	Luminoso teto de taxi	R\$ 1.726,00	R\$ 934,00	R\$ 827,00	R\$ 3.487,00
117	Motion Design Mídias 15"	R\$ 1.599,00	R\$ 260,00	R\$ 1.859,00	R\$ 3.718,00
118	Motion Design Mídias 30"	R\$ 1.918,00	R\$ 379,00	R\$ 2.297,00	R\$ 4.594,00
119	Motion Design Mídias 45"	R\$ 2.077,00	R\$ 784,00	R\$ 2.862,00	R\$ 5.723,00
120	Outdoor simples	R\$ 3.134,00	R\$ 1.336,00	R\$ 413,00	R\$ 4.883,00

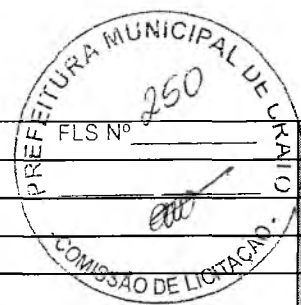


121	Outdoor duplo	R\$ 4.075,00	R\$ 1.740,00	R\$ 827,00	R\$ 6.642,00
122	Outdoor envelopado acima de 104 m²	R\$ 6.881,00	R\$ 2.938,00	R\$ 6,00	R\$ 9.825,00
123	Outdoor envelopado duplo	R\$ 4.073,00	R\$ 1.740,00	R\$ 1.074,00	R\$ 6.887,00
124	Outdoor envelopado simples	R\$ 3.134,00	R\$ 1.336,00	R\$ 827,00	R\$ 5.297,00
125	Outdoor envelopado triplo	R\$ 5.295,00	R\$ 2.260,00	R\$ 1.074,00	R\$ 8.629,00
126	Outdoor triplo	R\$ 5.294,00	R\$ 2.260,00	R\$ 1.074,00	R\$ 8.628,00
127	Painel frontal do ponto de ônibus	R\$ 3.134,00	R\$ 1.336,00	R\$ 827,00	R\$ 5.297,00
128	Painel lateral do ponto de ônibus	R\$ 2.027,00	R\$ 869,00	R\$ 1.075,00	R\$ 3.971,00
129	Painel/Adesivo até 1 m²	R\$ 2.030,00	R\$ 869,00	R\$ 1.044,00	R\$ 3.943,00
130	Painel/Adesivo até formato 2 m²	R\$ 2.559,00	R\$ 1.093,00	R\$ 1.361,00	R\$ 5.013,00
131	Painel/Adesivo até formato 3 m²	R\$ 3.325,00	R\$ 1.420,00	R\$ 1.768,00	R\$ 6.513,00
132	Painel/Adesivo até formato 4 m²	R\$ 4.321,00	R\$ 1.845,00	R\$ 2.298,00	R\$ 8.464,00
133	Painel/Adesivo acima de 4 m²	R\$ 4.321,00	R\$ 2.038,00	R\$ 364,00 m²	R\$ 6.386,00
134	Painel/Adesivo até formato A4	R\$ 888,00	R\$ 540,00	R\$ 413,00	R\$ 1.841,00
135	Painel/Adesivo até formato A3	R\$ 1.563,00	R\$ 666,00	R\$ 828,00	R\$ 3.057,00
136	Placa comemorativa/Homenagem	R\$ 600,00	R\$ 365,00	R\$ 327,00	R\$ 1.292,00
137	Placa de esquina de rua	R\$ 705,00	R\$ 365,00	R\$ 315,00	R\$ 1.385,00
138	Placa de estrada	R\$ 705,00	R\$ 365,00	R\$ 315,00	R\$ 1.385,00
139	Placa obra	R\$ 705,00	R\$ 365,00	-	
140	Porta de elevador	R\$ 1.726,00	R\$ 1.336,00	R\$ 1.074,00	R\$ 4.136,00
141	Relógio digital	R\$ 934,00	R\$ 633,00	R\$ 315,00	R\$ 1.882,00
142	Roleta de metrô	R\$ 705,00	R\$ 365,00	R\$ 315,00	R\$ 1.385,00
143	Windbanner	R\$ 2.030,00	R\$ 869,00	R\$ 1.046,00	R\$ 3.945,00
144	Backdrop	R\$ 705,00	R\$ 365,00	R\$ 315,00	R\$ 1.385,00
145	Fundo de palco m²	R\$ 2.030,00	R\$ 869,00	R\$ 302,00 m²	
145	Pórtico m²	R\$ 1.624,00	R\$ 695,00	R\$ 242,00 m²	
146	Testeira de banca de jornal	R\$ 3.138,00	R\$ 1.336,00	R\$ 413,00	R\$ 4.887,00
147	Tintura de muro - tapume por m²	R\$ 252,00	R\$ 131,00	-	R\$ 0,00
148	Traseirão de ônibus	R\$ 3.132,00	R\$ 1.336,00	R\$ 1.074,00	R\$ 5.542,00

Adesivagem Veículos					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
149	Carro passeio	R\$ 2.487,00	R\$ 2.106,00	R\$ 2.144,00	R\$ 6.737,00
150	Caminhão	R\$ 3.775,00	R\$ 2.106,00	R\$ 2.535,00	R\$ 8.416,00
151	Motocicleta	R\$ 1.501,00	R\$ 365,00	R\$ 413,00	R\$ 2.279,00
152	Veículo utilitário	R\$ 2.374,00	R\$ 2.106,00	R\$ 2.144,00	R\$ 6.624,00
153	Ônibus	R\$ 5.292,00	R\$ 2.260,00	R\$ 2.999,00	R\$ 10.551,00

Mídia Eletrônica - criação, texto e roteiro				
				Total
154	Áudio/Spot até 30"			R\$ 2.260,00
155	Áudio/Spot até 60"			R\$ 2.799,00
156	Insert em spot			R\$ 385,00
157	Jingle/Trilha até 30"			R\$ 4.136,00
158	Jingle/Trilha de 31 a 60"			R\$ 5.097,00
159	Insert em jingle			R\$ 1.378,00
160	VT/Filme até 15"			R\$ 3.999,00
161	VT/Filme até 30"			R\$ 6.798,00
162	VT/Filme até 60"			R\$ 9.516,00
163	Insert em VTs			R\$ 1.775,00
164	Audiovisual/Documentário até 5'			R\$ 18.403,00

(Handwritten mark)



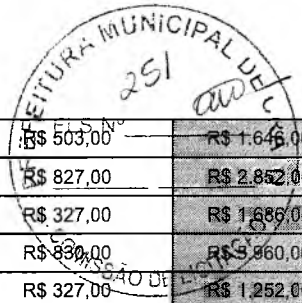
165	Audiovisual/Documentário - por minuto excedente	R\$ 2.200,00
166	Assinatura	R\$ 1.918,00
167	Vinheta eletrônica até 10 seg	R\$ 2.401,00
168	Filtro de Instagram (Valor/Por página)	R\$ 2.085,00
169	VT/Filme até 90"	R\$ 9.201,00
170	VT/Filme até 120"	R\$ 10.588,00
171	Video Case (até 3 min)	R\$ 12.342,00

Mídia Eletrônica - gravação e transmissão via rede		Total
172	Spot até 60"	R\$ 303,00
173	Jingle/Trilha até 60"	R\$ 303,00
174	Letreiros/Assinaturas para TV	R\$ 352,00

Textos/Roteiros		Total
175	Nome Fantasia	R\$ 4.900,00
176	Nome Produto	R\$ 5.168,00
177	Slogan empresa	R\$ 3.852,00
178	Slogan imobiliário	R\$ 1.929,00
179	Slogan para produto	R\$ 3.749,00
180	Texto de carro de som	R\$ 2.260,00
181	Texto-foguete	R\$ 948,00
182	Texto para testemunhal	R\$ 2.260,00
183	Roteiro vídeo treinamento ou institucional	R\$ 9.203,00
184	Espera telefônica até 3"	R\$ 973,00
185	Espera telefônica mais de 3"	R\$ 1.460,00
186	Painel eletrônico até 10"	R\$ 973,00
187	Script telemarketing	R\$ 948,00
188	Press Release (por lauda)	R\$ 948,00
189	Texto de apresentação em Power Point ou Flash (por tela)	R\$ 242,00

Impressos					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
190	Anexo conta/contracheque (lâmina A4)	R\$ 493,00	R\$ 365,00	R\$ 200,00	R\$ 1.058,00
191	Broadside, Folder e Mala direta (lâmina A4)	R\$ 3.699,00	R\$ 1.431,00	R\$ 830,00	R\$ 5.960,00
192	Folder (lamina A3)	R\$ 4.014,00	R\$ 1.551,00	R\$ 899,00	R\$ 6.464,00
193	Bloco de anotações; Cartão de visita; Envelope; Papel carta (por peça)	R\$ 476,00	R\$ 365,00	R\$ 327,00	R\$ 1.168,00
194	Cartaz/Pôster (até tamanho A1)	R\$ 2.030,00	R\$ 869,00	R\$ 1.613,00	R\$ 4.512,00
195	Cartaz/Pôster (até tamanho A2)	R\$ 2.027,00	R\$ 869,00	R\$ 1.075,00	R\$ 3.971,00
196	Cartaz/Pôster (até tamanho A3)	R\$ 1.563,00	R\$ 666,00	R\$ 830,00	R\$ 3.059,00
197	Cartaz/Pôster até formato A4; Cartazete	R\$ 633,00	R\$ 552,00	R\$ 327,00	R\$ 1.512,00
198	Carta Circular (lâmina A4)	R\$ 769,00	R\$ 365,00	R\$ 99,00	R\$ 1.233,00
199	Convite para eventos (elaborado)	R\$ 2.334,00	R\$ 699,00	R\$ 424,00	R\$ 3.457,00
200	Convite para eventos (simples)	R\$ 1.796,00	R\$ 538,00	R\$ 327,00	R\$ 2.661,00
201	Encarte CD (lâmina A4)	R\$ 1.276,00	R\$ 880,00	R\$ 327,00	R\$ 2.483,00
202	Encarte em jornal/revista (lâmina A4)	R\$ 2.202,00	R\$ 1.154,00	R\$ 1.091,00	R\$ 4.447,00
203	Envelope especial (para convite, folder etc.)	R\$ 1.323,00	R\$ 1.091,00	R\$ 693,00	R\$ 3.107,00
204	Folheto (lâmina A4)	R\$ 2.487,00	R\$ 1.223,00	R\$ 830,00	R\$ 4.540,00
205	Folheto técnico (lâmina A4)	R\$ 993,00	R\$ 896,00	R\$ 503,00	R\$ 2.392,00
206	Formulários	R\$ 709,00	R\$ 552,00	R\$ 48,00	R\$ 1.309,00

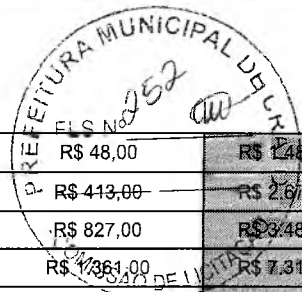
0



207	Panfleto, Volante (lâmina A4)	R\$ 778,00	R\$ 365,00	R\$ 503,00	R\$ 1.646,00
208	Pasta especial	R\$ 1.360,00	R\$ 665,00	R\$ 827,00	R\$ 2.852,00
209	Pasta sem faca especial	R\$ 957,00	R\$ 402,00	R\$ 327,00	R\$ 1.686,00
210	Portfólio (lâmina A4)	R\$ 3.699,00	R\$ 1.431,00	R\$ 830,00	R\$ 5.960,00
211	Santinho	R\$ 560,00	R\$ 365,00	R\$ 327,00	R\$ 1.252,00
212	Selo	R\$ 899,00	R\$ 535,00	R\$ 48,00	R\$ 1.482,00

Brindes					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
213	Agenda (por folha)	R\$ 321,00	R\$ 136,00	R\$ 48,00	R\$ 505,00
214	Aplicação de marca em brindes ou uniformes existentes	R\$ 365,00	R\$ 176,00	R\$ 48,00	R\$ 589,00
215	Avental	R\$ 836,00	R\$ 709,00	R\$ 48,00	R\$ 1.593,00
216	Baralho	R\$ 2.541,00	R\$ 1.154,00	R\$ 1.075,00	R\$ 4.770,00
217	Bandana	R\$ 711,00	R\$ 497,00	R\$ 48,00	R\$ 1.256,00
218	Imã de geladeira	R\$ 462,00	R\$ 365,00	R\$ 48,00	R\$ 875,00
219	Leque	R\$ 462,00	R\$ 365,00	R\$ 51,00	R\$ 878,00
220	Bolsa; Sacola	R\$ 836,00	R\$ 709,00	R\$ 48,00	R\$ 1.593,00
221	Bonê; viseira	R\$ 462,00	R\$ 365,00	R\$ 48,00	R\$ 875,00
222	Calendário (bolso/mesa)	R\$ 939,00	R\$ 875,00	R\$ 327,00	R\$ 2.141,00
223	Calendário (custo por lâmina)	R\$ 1.354,00	R\$ 1.091,00	R\$ 327,00	R\$ 2.772,00
224	Camiseta	R\$ 836,00	R\$ 709,00	R\$ 48,00	R\$ 1.593,00
225	Caneta, Lápis	R\$ 552,00	R\$ 365,00	R\$ 48,00	R\$ 965,00
226	Car fresh	R\$ 969,00	R\$ 802,00	R\$ 200,00	R\$ 1.971,00
227	Chaveiro, Copo, Caixa de fósforo, Guardanapo	R\$ 490,00	R\$ 365,00	R\$ 48,00	R\$ 903,00
228	Guarda-Sol	R\$ 832,00	R\$ 365,00	R\$ 48,00	R\$ 1.245,00
229	Marcador de página	R\$ 832,00	R\$ 365,00	R\$ 48,00	R\$ 1.245,00
230	Mouse pad	R\$ 852,00	R\$ 540,00	R\$ 413,00	R\$ 1.805,00
231	Risque rabisque	R\$ 856,00	R\$ 540,00	R\$ 327,00	R\$ 1.723,00
232	Toalha	R\$ 969,00	R\$ 742,00	R\$ 200,00	R\$ 1.911,00

Material Promocional/Ponto de Venda					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
233	Balcão para degustação c/ criação do mobiliário	R\$ 6.264,00	R\$ 1.336,00	R\$ 413,00	R\$ 8.013,00
234	Balcão para degustação s/ criação do mobiliário	R\$ 3.134,00	R\$ 1.336,00	R\$ 413,00	R\$ 4.883,00
235	Bandeira	R\$ 705,00	R\$ 540,00	R\$ 48,00	R\$ 1.293,00
236	Bandeirola (por lâmina)	R\$ 1.360,00	R\$ 904,00	R\$ 413,00	R\$ 2.677,00
237	Banner acima de 3 m²	R\$ 2.030,00	R\$ 1.779,00	R\$ 302,00 m²	
238	Banner até 1 m²	R\$ 2.030,00	R\$ 869,00	R\$ 1.046,00	R\$ 3.945,00
239	Banner até 2 m²	R\$ 2.030,00	R\$ 1.127,00	R\$ 1.364,00	R\$ 4.521,00
240	Banner até 3 m²	R\$ 2.030,00	R\$ 1.364,00	R\$ 1.769,00	R\$ 5.163,00
241	Bola/Balão de festa	R\$ 542,00	R\$ 365,00	R\$ 48,00	R\$ 955,00
242	Bolacha de chopp	R\$ 552,00	R\$ 365,00	R\$ 48,00	R\$ 965,00
243	Botton	R\$ 490,00	R\$ 365,00	R\$ 48,00	R\$ 903,00
244	Canopla	R\$ 365,00	R\$ 176,00	R\$ 48,00	R\$ 589,00
245	Cartão de crédito, cartão fidelização etc	R\$ 2.755,00	R\$ 633,00	R\$ 327,00	R\$ 3.715,00
246	Cartão: Aniversário, Natal, Ano Novo, Postal	R\$ 2.755,00	R\$ 689,00	R\$ 327,00	R\$ 3.771,00
247	Cartaz de preço	R\$ 967,00	R\$ 602,00	R\$ 200,00	R\$ 1.769,00
248	Certificado	R\$ 899,00	R\$ 535,00	R\$ 48,00	R\$ 1.482,00
249	Cooler	R\$ 365,00	R\$ 176,00	R\$ 48,00	R\$ 589,00
250	Coroa de pilha	R\$ 1.726,00	R\$ 934,00	R\$ 827,00	R\$ 3.487,00
251	Crachá	R\$ 490,00	R\$ 365,00	R\$ 48,00	R\$ 903,00



252	Diploma	R\$ 899,00	R\$ 535,00	R\$ 48,00	R\$ 1.482,00
253	Display de balcão e parede	R\$ 1.360,00	R\$ 904,00	R\$ 413,00	R\$ 2.677,00
254	Display de vitrine	R\$ 1.726,00	R\$ 934,00	R\$ 827,00	R\$ 3.487,00
255	Display para exposição	R\$ 5.082,00	R\$ 869,00	R\$ 1.361,00	R\$ 7.312,00
256	Display preço	R\$ 1.093,00	R\$ 724,00	R\$ 413,00	R\$ 2.230,00
257	Display de ponta de gôndola	R\$ 1.726,00	R\$ 934,00	R\$ 827,00	R\$ 3.487,00
258	Fardas promocionais/esportivas/uniforme (linha)	R\$ 2.487,00	-	R\$ 48,00	
259	Ficha de inscrição/Cupom	R\$ 558,00	R\$ 365,00	-	
260	Flâmula	R\$ 814,00	R\$ 540,00	-	
261	Gargalheira	R\$ 969,00	R\$ 602,00	R\$ 327,00	R\$ 1.898,00
262	Inflável	R\$ 2.027,00	R\$ 869,00	R\$ 1.046,00	R\$ 3.942,00
263	Móvil (por peça)	R\$ 969,00	R\$ 602,00	R\$ 327,00	R\$ 1.898,00
264	Raspadinha	R\$ 1.241,00	R\$ 633,00	R\$ 200,00	R\$ 2.074,00
265	Separador de Gôndola	R\$ 1.360,00	R\$ 904,00	R\$ 413,00	R\$ 2.677,00
266	Saia de gôndola	R\$ 1.460,00	R\$ 552,00	R\$ 413,00	R\$ 2.425,00
267	Testeira de Gôndola	R\$ 1.360,00	R\$ 904,00	R\$ 413,00	R\$ 2.677,00
268	Pulseira de identificação	R\$ 365,00	R\$ 176,00	R\$ 48,00	R\$ 589,00
269	Tabela de jogos	R\$ 2.487,00	R\$ 1.431,00	R\$ 830,00	R\$ 4.748,00
270	Cardápio (por página)	R\$ 1.012,00	R\$ 1.017,00	R\$ 503,00	R\$ 2.532,00
271	Totem	R\$ 1.563,00	R\$ 666,00	R\$ 830,00	R\$ 3.059,00
272	Uniforme promocional (por peça)	R\$ 836,00	R\$ 709,00	R\$ 48,00	R\$ 1.593,00
273	Wobbler, Danger, Stopper	R\$ 1.360,00	R\$ 904,00	R\$ 413,00	R\$ 2.677,00

Feiras, Eventos e Shows					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
274	Stand de feira s/ criação arquitetônica	R\$ 5.294,00	R\$ 2.260,00	R\$ 1.074,00	R\$ 8.628,00
275	Stand de feira c/ criação arquitetônica até 50 m²	R\$ 10.587,00	R\$ 2.260,00	R\$ 1.074,00	R\$ 13.921,00
276	Stand de feira acima de 50 m² (por m²)	R\$ 276,00	R\$ 78,00	R\$ 34,00	R\$ 388,00
277	Saia de palco	R\$ 615,00	R\$ 365,00	R\$ 315,00	R\$ 1.295,00

Editorial					
		Criação de Conteúdo	Finalização	Computação Gráfica	Total
278	Boletim; House Organ; Newsletter, Jornal (lâmina A4)	R\$ 1.299,00	R\$ 490,00	R\$ 327,00	R\$ 2.116,00
279	Cartilha (lâmina A4)	R\$ 809,00	R\$ 365,00	R\$ 99,00	R\$ 1.273,00
280	Catálogo de moda (lâmina A4)	R\$ 3.699,00	R\$ 1.431,00	R\$ 830,00	R\$ 5.960,00
281	Catálogo produto (lâmina A4)	R\$ 1.012,00	R\$ 1.017,00	R\$ 503,00	R\$ 2.532,00
282	Catálogo serviço (lâmina A4)	R\$ 681,00	R\$ 605,00	R\$ 327,00	R\$ 1.613,00
283	Livreto técnico (lâmina A4)	R\$ 1.394,00	R\$ 633,00	R\$ 200,00	R\$ 2.227,00
284	Livro (texto) (lâmina A4)	R\$ 321,00	R\$ 137,00	R\$ 48,00	R\$ 506,00
285	Livro com ilustrações (lâmina A4)	R\$ 481,00	R\$ 203,00	R\$ 99,00	R\$ 783,00
286	Livro de arte (lâmina A4)	R\$ 1.088,00	R\$ 466,00	R\$ 327,00	R\$ 1.881,00
287	Livro institucional (lâmina A4)	R\$ 1.088,00	R\$ 466,00	R\$ 327,00	R\$ 1.881,00
288	Manual de produtos ou serviços (lâmina A4)	R\$ 1.028,00	R\$ 302,00	R\$ 164,00	R\$ 1.494,00
289	Manual de uso de marca (lâmina A4)	R\$ 905,00	R\$ 698,00	R\$ 299,00	R\$ 1.902,00
290	Mostruários (lâmina A4)	R\$ 1.012,00	R\$ 1.017,00	R\$ 503,00	R\$ 2.532,00
291	Relatório anual/diretoria	R\$ 1.088,00	R\$ 466,00	R\$ 327,00	R\$ 1.881,00
292	Revista (lâmina A4)	R\$ 1.299,00	R\$ 490,00	R\$ 327,00	R\$ 2.116,00

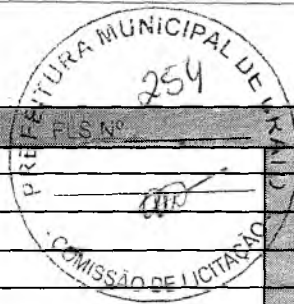


Capas		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
293	Caderno	R\$ 894,00	R\$ 1.091,00	R\$ 200,00	R\$ 2.185,00
294	Carnê	R\$ 1.107,00	R\$ 724,00	R\$ 105,00	R\$ 1.936,00
295	CD/DVD	R\$ 948,00	R\$ 544,00	R\$ 200,00	R\$ 1.692,00
296	Cordel	R\$ 633,00	R\$ 248,00	R\$ 105,00	R\$ 986,00
297	Jornal de empresa	R\$ 1.585,00	R\$ 1.135,00	R\$ 200,00	R\$ 2.920,00
298	Livro	R\$ 896,00	R\$ 1.091,00	R\$ 200,00	R\$ 2.187,00
299	Relatório diretoria	R\$ 1.585,00	R\$ 1.135,00	R\$ 327,00	R\$ 3.047,00

Embalagens/Rótulos/Etiqueta		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
300	Caixas	R\$ 1.796,00	R\$ 1.438,00	R\$ 1.485,00	R\$ 4.719,00
301	Cartela	R\$ 749,00	R\$ 518,00	R\$ 200,00	R\$ 1.467,00
302	Cartela com saco	R\$ 2.108,00	R\$ 1.418,00	R\$ 612,00	R\$ 4.138,00
303	Desenvolvimento de faca especial	-	R\$ 896,00	R\$ 200,00	R\$ 1.096,00
304	Embalagem	R\$ 9.832,00	R\$ 3.291,00	R\$ 2.999,00	R\$ 16.122,00
305	Embalagem (reformulação ou melhora)	R\$ 4.842,00	R\$ 2.511,00	R\$ 2.999,00	R\$ 10.352,00
306	Embalagem para presente	R\$ 1.469,00	R\$ 896,00	R\$ 827,00	R\$ 3.192,00
307	Embalagem para linha de produtos	R\$ 31.182,00	R\$ 3.682,00	R\$ 1.485,00	R\$ 36.349,00
308	Etiqueta	R\$ 552,00	R\$ 365,00	R\$ 48,00	R\$ 965,00
309	Papel de presente ou embrulho	R\$ 1.471,00	R\$ 896,00	R\$ 200,00	R\$ 2.567,00
310	Rótulo	R\$ 8.304,00	R\$ 2.681,00	R\$ 1.213,00	R\$ 12.198,00
311	Rótulo (reformulação ou melhora)	R\$ 4.445,00	R\$ 2.159,00	R\$ 1.074,00	R\$ 7.678,00
312	Rótulo de CD	R\$ 948,00	R\$ 542,00	R\$ 200,00	R\$ 1.690,00
313	Sacola	R\$ 1.360,00	R\$ 902,00	R\$ 413,00	R\$ 2.675,00
314	Sacos	R\$ 3.110,00	R\$ 2.159,00	R\$ 1.213,00	R\$ 6.482,00
315	Saquinho de pipoca	R\$ 602,00	R\$ 365,00	R\$ 48,00	R\$ 1.015,00
316	Tag	R\$ 896,00	R\$ 535,00	R\$ 51,00	R\$ 1.482,00

Logotipos/Identidade Visual		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
317	Aplicação de marca já existente (por peça)	-	R\$ 365,00	-	
318	Criação de marca com aplicação na papelaria básica	R\$ 12.836,00	R\$ 3.852,00	R\$ 48,00	R\$ 16.736,00
319	Fachada empresa/loja	R\$ 4.784,00	-	R\$ 48,00	
320	Layout para tintura de carro (por modelo)	R\$ 2.487,00	-	R\$ 48,00	
321	Logotipo produto, imobiliário, evento	R\$ 5.099,00	R\$ 1.990,00	R\$ 48,00	R\$ 7.137,00
322	Marca para grande empresa	R\$ 14.600,00	R\$ 1.990,00	R\$ 48,00	R\$ 16.638,00
323	Marca para microempresa	R\$ 5.614,00	R\$ 1.990,00	R\$ 48,00	R\$ 7.652,00
324	Marca para média empresa	R\$ 11.231,00	R\$ 1.990,00	R\$ 48,00	R\$ 13.269,00
325	Marca para pequena empresa	R\$ 7.862,00	R\$ 1.990,00	R\$ 48,00	R\$ 9.900,00
326	Readaptação de marca e reestudo de aplicação em papelaria	R\$ 5.705,00	R\$ 4.570,00	R\$ 48,00	R\$ 10.323,00
327	Selo comemorativo/promocional	R\$ 4.403,00	R\$ 2.171,00	R\$ 48,00	R\$ 6.622,00

Ilustrações		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
328	Charge	R\$ 894,00	-	-	
329	Gráfico	R\$ 836,00	R\$ 802,00	-	
330	Ilustração simples	R\$ 1.063,00	-	-	
331	Ilustração elaborada	R\$ 1.382,00	-	-	
332	Mapa de localização (ilustração)	R\$ 1.375,00	R\$ 1.308,00	-	
333	Mascote/personagem	R\$ 12.064,00	-	R\$ 48,00	
334	Story board (por quadro)	R\$ 163,00	-	-	
335	Tabela	R\$ 603,00	R\$ 718,00	-	



Projetos Especiais*		Total
336	Troféu	R\$ 4.169,00
337	Medalha	R\$ 2.979,00
338	Inflável	R\$ 2.979,00
339	Totem	R\$ 3.217,00

* S  layout.

Hora/Profissional		Total
340	Presidente	R\$ 819,00
341	Vice-Presidente	R\$ 548,00
342	Diretor de contas	R\$ 343,00
343	Diretor de Atendimento	R\$ 273,00
344	Pesquisa	R\$ 137,00
345	Atendimento	R\$ 137,00
346	Diretor de arte	R\$ 273,00
347	Redator	R\$ 273,00
348	Planejamento	R\$ 412,00
349	Produtor gráfico	R\$ 206,00
350	Média	R\$ 206,00
351	Arte-Finalista	R\$ 137,00
352	Computa�o gráfica	R\$ 137,00
353	Produtor eletrônico	R\$ 206,00
354	Produtor de eventos	R\$ 206,00
355	Revisor	R\$ 137,00
356	Promotor de a�o promocional	R\$ 137,00
357	Tecnólogo em	R\$ 142,00
358	Trainee	R\$ 216,00
359	Designer Junior	R\$ 261,00
360	Designer Pleno	R\$ 377,00
361	Designer Senior	R\$ 530,00
362	Designer Coordenador	R\$ 673,00

Custos Internos de Computa o Gráfica
Os valores abaixo serão acrescidos aos custos das peças criadas e finalizadas.

		Total
363	Conversão de Programa de Apresenta�o (por página)	R\$ 819,00
364	Envio ou recebimento de e-mail (por cm ²)	R\$ 0,07
365	Backup de arquivos (por CD 700 Mb)	R\$ 164,00
366	Backup de arquivos (por DVD 4.7 GB)	R\$ 655,00
367	Retoque de imagem (por imagem)	R\$ 193,00
368	Recorte de imagem	R\$ 130,00
369	Fusão de imagens	R\$ 370,00
370	Corre�o ou altera�o de cores	R\$ 191,00
371	Conversões de imagens para internet, jpg, tga, doc etc. (por conversão até tamanho A4)	R\$ 34,00
372	Cria�o digital de textura	R\$ 130,00
373	Fechamento de arquivo (por cm ²)	R\$ 0,16
374	Fotografia digital simples de produto (sem produ�o e/ou modelo)	R\$ 320,00
375	Grava�o de CD/DVD até 2.3 GB	R\$ 48,00
376	Grava�o de CD/DVD acima de 2.4 GB até 4.7 GB	R\$ 94,00
377	Print papel A4	R\$ 25,00
378	Print papel A3	R\$ 34,00
379	Scanner de imagem (por tamanho A4)	R\$ 80,00
380	Tratamento de imagem (por hora/homem)	R\$ 370,00
381	Vetoriza�o de logotipos	R\$ 370,00



Fechamento de Arquivo, Gravação de DVD ou CD e/ou Transmissão Via Rede		Total
382	Anúncio de revista até 1/2 página	R\$ 253,00
383	Anúncio de revista até 1 página	R\$ 330,00
384	Anúncio de revista até página dupla	R\$ 655,00
385	Anúncio de jornal até 1/4 página (80 cm/col)	R\$ 179,00
386	Anúncio de jornal até 1/2 página (160 cm/col)	R\$ 252,00
387	Anúncio de jornal até 1 página	R\$ 349,00
388	Anúncio de jornal até página dupla	R\$ 490,00
389	Peças gráficas até 01 GB	R\$ 330,00
390	Peças gráficas acima de 01 GB (por GB excedente)	R\$ 252,00

Despesas de Tele-entrega		Total
392	Entrega sem retorno	R\$ 25,00

AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO DO CEARÁ

Para que a agência, sindicalizada ou não, possa fazer uso desta tabela, deverá assinar a carta-compromisso do SINAPRO e ABAP/CE, que normatiza o comportamento ético das agências do Ceará.

PARA OS CASOS DE CONSULTA NA NOSSA TABELA DE CUSTOS

Para estes casos, deverão ser utilizados os preços constantes nas tabelas de custos das entidades que compõem o mix de empresas ligadas à nossa área de comunicação. Por exemplo, quando se tratar de Marketing Promocional, seguiremos preços sugeridos pela tabela da AMPRO, capítulo Nordeste: www.ampro.com.br

ADAPTAÇÃO DE PEÇAS

Adaptação ou derivações de uma peça já criada, sem alteração dos elementos gráficos e/ou de textos para outros formatos de peças que não tenham proporcionalidade com a já criada, será cobrado o seu valor de tabela referente à criação, com um desconto de 30% mais os custos decorrentes de finalização e computação gráfica, que serão cobrados pelo valor integral por peça.

ACRÉSCIMO DE 10% SOBRE OS CUSTOS DA TABELA

Quando as peças publicitárias criadas e/ou finalizadas e/ou editorada eletronicamente não gerarem outras remunerações para agência, seja do "desconto agência" e/ou honorários sobre serviço de terceiros. Inclusive, nesse caso, as peças solicitadas pelo cliente, executadas pela agência e posteriormente canceladas pelo cliente. Como taxa de urgência para todos os trabalhos executados pela agência que exigirem um atendimento imediato e/ou execução imediata, trabalhos noturnos, horas extras e em feriados.

REEMBOLSO DE DESPESA

Todos os gastos efetuados a serviço do cliente, como viagens, diárias, transportes, alimentação, comunicação em geral, fotocópias, serviços de correios, entregas etc., serão cobrados do cliente.

TABELA VALIDA ATÉ 30 DE JUNHO DE 2024



PROCURADORIA
GERAL DO MUNICÍPIO
SETOR DE LICITAÇÕES



PREFEITURA DO
CRATO



ANEXO II - PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

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

>Honorários, a serem cobrados da Prefeitura Municipal de Crato, incidentes sobre os custos de produção/suprimentos/serviços decorrente do estudo ou de criação intelectual da agência contratada, e sob sua supervisão técnica: _____ %;

>Honorários a serem cobrados da Prefeitura Municipal de Crato sobre os custos de produção/suprimentos/serviços realizada por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços, quando a responsabilidade da agência limitar-se exclusivamente à contratação do serviço ou suprimento _____ %;

>Desconto a ser concedido à Prefeitura Municipal de Crato, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Ceará - SINAPRO-CE: _____ %

Local e data

Nome do representante Legal

CPF N° _____

①



PROCURADORIA
GERAL DO MUNICÍPIO
SETOR DE LICITAÇÕES



PREFEITURA DO
CRATO



ANEXO III - MODELO DE DECLARAÇÃO

DECLARAÇÃO

(NOME E QUALIFICAÇÃO DO(A) PROPONENTE). DECLARA, para os devidos fins que. em cumprimento ao estabelecido na Lei Federal nº 9.854, de 27/10/1999, publicada no DOU de 28/10/1999, e ao inciso XXXIII, do artigo 7º, da Constituição Federal, não emprega menores de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, nem emprega menores de 16 (dezesesseis) anos em trabalho algum, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos.

Pelo que, por ser a expressão da verdade, firma a presente, sob as penas da Lei

Local e data

Nome do representante Legal

CPF N° _____

C



PROCURADORIA
GERAL DO MUNICÍPIO
SETOR DE LICITAÇÕES



PREFEITURA DO
CRATO



ANEXO IV - MODELO DE PROCURAÇÃO

PROCURAÇÃO

OUTORGANTE: Nome e qualificação.

OUTORGADO: Nome e qualificação.

PODERES: Pleno e gerais poderes para representar a OUTORGANTE, junto à Prefeitura Municipal de Crato, no processo de Concorrência Pública nº, cujo Objeto trata da _____, podendo o mesmo, apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto e praticar todos os demais atos pertinentes ao certame em nome da OUTORGANTE e tudo o mais que se fizer necessário ao fiel cumprimento deste mandato

Local e data

Nome do representante Legal

CPF N°

OBS No caso de procuração particular, reconhecer a firma do OUTORGANTE, em cartório.

C



ANEXO V - MINUTA DO CONTRATO

O Município de Crato/CE, pessoa jurídica de direito público interno, com sede no Largo Júlio Saraiva, S/N, Centro, Crato-CE, inscrito no CNPJ/MF sob o nº 07.587.975/0001-07, através da Secretaria de _____, representada por seu ORDENADOR(A) de Despesas, Sr(a). _____, e a agência _____, doravante denominada CONTRATADA, inscrita no CNPJ sob onº _____, com sede _____, devidamente representada pelo Sr.(a) _____, inscrito no CPF/MF nº _____, firmam este Contrato, que se regerá pelas disposições da Lei nº 8.666, de 21.06.93 e modificações posteriores, e demais normas legais pertinentes à matéria, mediante as Cláusulas e condições seguintes.

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA DE INTERESSE DAS DIVERSAS SECRETARIAS DO MUNICÍPIO DE CRATO/CE, NOS TERMOS DO ARTIGO 37, § 1º DA CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL E DA LEI 12.232 DE 29 DE ABRIL DE 2010.

SUBCLÁUSULA PRIMEIRA - Os serviços deverão ser executados conforme discriminado no Edital de Concorrência Pública nº xxxx e seus anexos

SUBCLÁUSULA SEGUNDA - Integram o presente Instrumento, independente de transcrição, a Proposta da CONTRATADA, o Edital de Concorrência Pública nº _____ e seus anexos.

CLÁUSULA SEGUNDA - DO REGIME DE EXECUÇÃO

O objeto do presente Contrato será executado em regime de empreitada por preço global.

CLÁUSULA TERCEIRA - DAS OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADE DA CONTRATANTE

Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:

- I - Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- II - Designar representante com competência legal para proceder o acompanhamento e fiscalização dos serviços deste Contrato;
- III - Comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, executados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de vinte quatro horas úteis;



IV - Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

V - Proporcionar condições para a boa execução dos serviços: fornecer as informações necessárias para elaboração das estratégias e ações de comunicação e solicitar as demandas de comunicação com um prazo mínimo de 15 (quinze) dias.

VI - Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste Contrato;

VII - Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

CLÁUSULA QUARTA - DAS OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADES DA CONTRATADA

Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:

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

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

III - A seu critério, 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 as condições previamente acordadas.

IV - Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (proposta técnica da Concorrência Pública que deu origem a este ajuste) na elaboração dos serviços objeto deste Contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela CONTRATANTE.

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

a) O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido a CONTRATANTE, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.



I - Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes das Subcláusulas Primeira e Segunda, da Cláusula Sexta, para os direitos autorais de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

II - Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros como veículos de comunicação, produtoras de áudio e vídeo, impressões de mídia exterior, institutos de pesquisa, serigrafias e mídia digital e apresentar, no mínimo, três propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução.

a) Se não houver possibilidade de obter três propostas, a CONTRATADA deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito

b) Se e quando julgar conveniente, a CONTRATADA poderá realizar cotação de preços junto aos fornecedores.

III - Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este Contrato.

IV - Submeter a subcontratação de terceiros, como veículos de comunicação, produtoras de áudio e vídeo, impressões de mídia exterior, institutos de pesquisa, serigrafias e mídia digital para a execução de serviços objeto deste Contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

a) Nesses casos, a CONTRATADA permanece com todas as suas responsabilidades contratuais perante a CONTRATANTE;

V - Apresentar duas cópias de peças aprovadas pela CONTRATANTE para veiculação ou distribuição, sendo as peças gráficas em CD-ROM e as demais em seus respectivos materiais de suporte.

VI - Orientar os serviços como veículos de comunicação, produtoras de áudio e vídeo, impressões de mídia exterior, institutos de pesquisa, serigrafias e mídiadigital aprovadas pela CONTRATANTE:

a) a quantidade de material a ser utilizado na veiculação só será definido após sua aprovação da CONTRATANTE.

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

VIII - Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações.



rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por terceiros por ela contratada

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

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

XI - Manter, durante a execução deste Contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência Pública que deu origem a este ajuste

XII - 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.

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

XIV - Assumir, com exclusividade, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste Contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguros 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.

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

XVI - Administrar e executar todos os Contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a própria CONTRATANTE.

a) Em casos de subcontratação de terceiros como veículos de comunicação, produtoras de áudio e vídeo, impressões de mídia exterior, institutos de pesquisa, serigrafias e mídia digital para a execução, total ou parcial,



de serviços estipulados neste instrumento, exigir dos eventuais contratados, no que couber, as mesmas condições do presente Contrato.

XVII - Manter, por si. por seus prepostos e subcontratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.

a) A infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata deste Contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei nº 9.279. de 14 05.96, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária

XVIII - Responder perante a CONTRATANTE e terceiros como veículos de comunicação, produtoras de áudio e vídeo, impressões de mídia exterior, institutos de pesquisa, serigrafias e mídia digital por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro em quaisquer serviços objeto deste Contrato.

XIX - 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.

XX - 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 subcontratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas, por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Contrato.

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

CLAUSULA QUINTA - DA FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

A execução deste Contrato será coordenada pela Secretaria de _____ denominado (a) para este efeito GESTORA, que indicará servidor para exercer a função de fiscal da execução dos serviços contratados.

SUBCLÁUSULA PRIMEIRA - A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços



contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado

SUBCLÁUSULA SEGUNDA - A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços

SUBCLÁUSULA TERCEIRA - A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação por escrito da CONTRATANTE

SUBCLÁUSULA QUARTA - A não-aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CONTRATANTE

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

SUBCLÁUSULA SEXTA - A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus subcontratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto á perfeita execução dos serviços contratados.

SUBCLÁUSULA SÉTIMA - A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE referente a irregularidades ou falhas não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste Contrato.

SUBCLÁUSULA OITAVA - A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste Contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso á documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo ás observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

SUBCLÁUSULA NONA - 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 a CONTRATANTE.

SUBCLÁUSULA DÉCIMA - À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste Contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

SUBCLÁUSULA DÉCIMA - PRIMEIRA - A CONTRATANTE realizará, mensalmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela



CONTRATADA.

SUBCLÁUSULA DÉCIMA - SEGUNDA - A avaliação mensal será considerada pela CONTRATANTE para aquilatar a necessidade de solicitar à CONTRATADA que melhore a qualidade dos serviços prestados; para decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente Contrato; para fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de capacitação técnica em licitações.

CLÁUSULA SEXTA - DA REMUNERAÇÃO

Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

I- Honorários de % (.por cento) incidentes sobre os custos de fornecedores

Especializados, em produção, suprimentos e serviços externos, decorrentes do estudo ou de criação intelectual da Agência contratada, e sob sua supervisão técnica

II..... - Honorários de % (por cento) incidentes sobre os custos de fornecedores

Especializados, em produção, suprimentos e serviços externos, quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente á contratação do serviço ou suprimento.

a) Esses honorários tratados nos itens acima, serão calculados sobre o preço líquido, assim entendido o preço efetivamente faturado, dele excluído o valor dos impostos cujo recolhimento seja da competência da CONTRATADA.

III..... - Será de (por cento) o desconto sobre os valores previstos na tabela do

Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará, dos trabalhos realizados pela CONTRATADA, a título de ressarcimento dos custos internos.

a) Os leiautes reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

IV- A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os preços previstos na tabela dos Sindicato das Agências de Propaganda do Ceará e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no Anexo III, acompanhada de exemplar da referida tabela.

SUBCLÁUSULA PRIMEIRA - Na reutilização de peças por período igual ao



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

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

SUBCLÁUSULA TERCEIRA - Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade

SUBCLÁUSULA QUARTA - A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto padrão de agência quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos e bonificações que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação.

SUBCLÁUSULA QUINTA - As formas de remuneração estabelecidas nesta Cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste Contrato.

SUBCLÁUSULA SEXTA. - Além da remuneração de que trata esta Cláusula, a CONTRATADA fará jus ao DESCONTO DA AGÊNCIA - á base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois - concedido pelos veículos de comunicação.

CLÁUSULA SÉTIMA - DOS DIREITOS AUTORAIS

A CONTRATADA cede á CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade ou de seus prepostos, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste Contrato. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste Contrato.

SUBCLÁUSULA PRIMEIRA - A CONTRATANTE, poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA.

SUBCLÁUSULA SEGUNDA - Nos casos de cessão por tempo limitado, a



CONTRATADA condicionará a contratação do serviço por período mínimo a ser definido e utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.

SUBCLÁUSULA TERCEIRA - Quando a CONTRATANTE optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, a CONTRATADA se compromete a fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros - para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços - cláusulas escritas que:

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

b) estabeleçam que esta CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

SUBCLÁUSULA QUARTA - Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão - definitiva ou por tempo limitado - será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

SUBCLÁUSULA QUINTA - A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos 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.

SUBCLÁUSULA SEXTA - A CONTRATADA se compromete a fazer constar, dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

l - a cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material a CONTRANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

(Handwritten mark)



II - que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

CLÁUSULA OITAVA - DA VIGÊNCIA

O presente Contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura, podendo, a critério da CONTRATANTE, ser prorrogado nos termos do art. 57. da Lei 8.666/93.

CLAUSULA NONA - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

Os recursos para a contratação dos objetos desta licitação, obedecerão à seguinte classificação orçamentária: Dotação Orçamentária - _____.
Elemento de Despesas: _____.

SUBCLÁUSULA PRIMEIRA - Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação deste Contrato, consignará no próximo exercício em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

SUBCLÁUSULA SEGUNDA - A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade da verba prevista

CLÁUSULA DÉCIMA - DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

Para a execução do pagamento dos serviços previstos neste contrato, a CONTRATADA deverá apresentar a correspondente Nota Fiscal-Fatura, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome da CNPJ nº e da informação do número de sua conta corrente, o nome do Banco e a respectiva Agência para crédito.

SUBCLÁUSULA PRIMEIRA - Os documentos e demais informações necessários ao reembolso de despesas, deverão ser entregues pela Contratada ao Gestor deste Contrato, que somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento, quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

Os pagamentos serão feitos da seguinte forma:

I - Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação, em até trinta dias, após o mês de veiculação,

II - Produção: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes, em até trinta dias após o mês de produção.

III - Outros serviços realizados por terceiros: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos vencimentos previamente ajustados com a CONTRATANTE.



SUBCLÁUSULA SEGUNDA - Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a CONTRATANTE, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

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

SUBCLÁUSULA TERCEIRA - 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.

SUBCLÁUSULA QUARTA - A CONTRATANTE não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

SUBCLÁUSULA QUINTA - Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados, pela CONTRATADA, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela CONTRATANTE.

I - Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamentos, serão de sua exclusiva responsabilidade;

II - A CONTRATADA apresentará a CONTRATANTE um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a terceiros, até o dia 10 (dez) do mês subsequente;

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

Com fundamento nos artigos 86 e 87 da Lei nº 8 666/93, a CONTRATADA ficará sujeita, no caso de atraso injustificado, assim considerado pela CONTRATANTE, execução parcial ou inexecução das obrigações, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal, assegurada a prévia e ampla defesa, às seguintes penalidades.

I - Advertência;

II - multa de:

a) 0,50 (meio por cento) do valor global contratado nos casos de:

a.1) não cumprir quaisquer dos itens do Contrato não previstos nesta tabela de multas, aplicada por item e por Concorrência Pública.

b) 1% (um por cento) do valor global contratado, nos casos de:

b.1) recusar-se a executar serviço determinado pela fiscalização e



comprovadamente necessário ao cumprimento do objeto deste Contrato, aplicada por serviço e por dia, até o décimo dia corrido de não cumprimento, quando será considerado inexecução total das obrigações, sendo-lhes aplicadas as sanções pertinentes;

b.2) não cumprir determinação formal ou instrução complementar do GESTOR do Contrato, aplicada por ocorrência;

b.3) reincidir em não cumprir quaisquer dos itens deste Contrato e seus anexos não previstos nesta tabela de multas, aplicada por item e por ocorrência;

c) 2% (dois por cento) do valor global contratado, no caso de suspensão ou interrupção dos serviços, salvo motivo de força maior ou caso fortuito, por dia limitado a 10 (dez) dias corridos de suspensão ou interrupção, a partir do qual será considerado como inexecução total do objeto, acarretando a multa prevista na alínea "e" abaixo, sem prejuízo das demais sanções;

d) 10% (dez por cento) do valor global contratado, pela ocorrência de situação considerada prejudicial à execução deste Contrato não prevista em qualquer dos subitens anteriores;

e) 20% (vinte por cento) do valor global contratado, em caso de inexecução total da obrigação assumida.

III - suspensão temporária do direito de participar de licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE, pelo prazo de até dois anos;

IV - declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a CONTRATANTE, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir a CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada, com base no subitem anterior.

Subcláusula Primeira - O valor da multa, aplicada após o regular processo administrativo, será descontado de pagamentos eventualmente devidos pela CONTRATANTE à CONTRATADA ou cobrado judicialmente;

SUBCLÁUSULA SEGUNDA - As sanções previstas nas alíneas "I", "III" e "IV" do subitem anterior podem ser aplicadas, cumulativamente ou não, à pena de multa.

SUBCLÁUSULA TERCEIRA - As penalidades previstas nas alíneas "III" e "IV" também poderão ser aplicadas à CONTRATADA, conforme o caso, se ela tiver



sofrido condenação definitiva por fraudar recolhimento de tributos, praticar ato ilícito visando frustrar os objetivos da licitação ou demonstrar não possuir idoneidade para contratar com a CONTRATANTE.

SUBCLÁUSULA QUARTA - Independentemente da aplicação das multas prevista no Inciso II. a penalidade prevista no Inciso I, será aplicada a cada descumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA A reincidência na falta ou o cometimento de falta que provoque a rescisão contratual, a CONTRATANTE poderá aplicar a penalidade prevista no inciso III.

SUBCLÁUSULA QUINTA - As penalidades somente poderão ser relevadas em razão de circunstâncias excepcionais e as justificativas somente serão aceitas por escrito, fundamentadas em fatos reais comprovados, a critério da autoridade competente da CONTRATANTE e desde que formuladas no prazo máximo de 05(cinco) dias úteis contados da data do recebimento da notificação.

CLAUSULA DECIMA SEGUNDA - DA RESCISÃO CONTRATUAL

Independentemente de notificações ou interpelações judiciais ou extrajudiciais, constituem motivos para rescisão do presente Contrato a ocorrência de qualquer uma das situações previstas no art. 78 e nas formas indicadas no art. 79, ambos da Lei nº 8.666/93, assegurados sempre a CONTRATADA a ampla defesa e o contraditório.

SUBCLÁUSULA PRIMEIRA- A rescisão deste Contrato acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da CONTRATANTE, a retenção dos créditos decorrentes deste Contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste Edital e em lei, até a completa indenização dos danos Subcláusula Segunda - Será da responsabilidade da CONTRATADA o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

SUBCLÁUSULA TERCEIRA - Obriga-se também a CONTRATADA por qualquer responsabilidade decorrente de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do Edital de Concorrência Pública que deu origem a este ajuste e deste Contrato.

SUBCLÁUSULA QUARTA - Em caso de cisão, incorporação ou fusão da CONTRATADA com outras agências de propaganda, caberá a CONTRATANTE



decidir sobre a continuidade do presente Contrato.

SUBCLÁUSULA QUINTA - A rescisão, por algum dos motivos previstos na Lei nº 8.666/93, não dará a CONTRATADA direito à indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

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

II - A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste Contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial do Estado, a suas expensas, na forma prevista no art 61. parágrafo único, da Lei nº 8.666/93.

III - O presente Contrato poderá ser denunciado pela CONTRATANTE depois de decorridos 180 (cento e oitenta dias) de sua vigência, mediante aviso prévio à CONTRATADA, com antecedência mínima de 60 (sessenta) dias, por meio de correspondência protocolizada ou por intermédio do Cartório de Registro de Títulos e Documentos.

IV - Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da lei nº 8.666/93, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

V - 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.

VI - A CONTRATADA deverá prestar esclarecimento, a CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam independentemente de solicitação.

VII - A CONTRATADA só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta Concorrência Pública, que envolva o nome da CONTRATANTE, se houver expressa autorização desta.

VIII - É vedado à CONTRATADA caucionar ou utilizar este Contrato para qualquer operação financeira sem prévio e expressa autorização da CONTRATANTE.

IX - A CONTRATADA poderá subcontratar outras agências, para execução total ou parcial de alguns dos serviços de que trata esta Concorrência



PROCURADORIA
GERAL DO MUNICÍPIO
SETOR DE LICITAÇÕES



PREFEITURA DO
CRATO



Pública, mediante anuência prévia, por escrito, da CONTRATANTE, ressaltando-se que a CONTRATADA permanecerá com todas as suas responsabilidades contratuais perante a CONTRATANTE.

X - A CONTRATADA se obriga a manter, durante toda a execução deste Contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas na Concorrência Pública.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DA PUBLICAÇÃO

A CONTRATANTE providenciará, no prazo máximo de 20 (vinte) dias, a contar do 5º (quinto) dia útil do mês subsequente ao da respectiva assinatura, a publicação do extrato deste Contrato, no Diário Oficial do Estado.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DO FORO

As questões decorrentes da execução deste Contrato que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça da Comarca de Crato.

Com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente Contrato em duas vias de igual teor e forma, juntamente com as testemunhas abaixo, de tudo cientes.

Crato-CE, ____ de _____ de _____.

SECRETÁRIO (A)

CONTRATANTE

LICITANTE VENCEDORA

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

1. _____

CPF:

2. _____

CPF:

C