



PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

## TERMO DE REFERÊNCIA

### 1. DO OBJETO

1.1 Constitui objeto do presente Termo de Referência a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias aos veículos e demais meios de divulgação.

1.1.1 Também integram o objeto deste Termo de Referência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do contrato;
- b) À produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;
- c) À criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

1.1.2 A contratação dos serviços, elencados no subitem 1.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir os atos, programas, obras, serviços e campanhas do Procon Municipal de Vitória, cujo conteúdo deverá ter caráter educativo, informativo e de orientação social.

1.1.3 O planejamento, previsto no subitem 1.1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

1.1.4 As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea “a” do subitem 1.1.1 terão a finalidade de:

- a) Gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;
- b) Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITORIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

c) Possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

1.1.5 Os serviços previstos nos subitens 1.1 e 1.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.1.5.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

1.1.6 Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

1.1.7 Os serviços objeto do presente termo de referência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

1.1.8 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 1.1 e 1.1.1 deste Termo de Referência.

1.1.9 A presente contratação será realizada na modalidade **CONCORRÊNCIA, do tipo MELHOR TÉCNICA, na forma de execução indireta, sob regime de EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO.**

1.2 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 1.1 e 1.1.1 deste Termo de Referência.

## **2. DA JUSTIFICATIVA**

### **2.1. DA NECESSIDADE DE CONTRATAÇÃO**

Ainda que o conceito de Comunicação Pública não encontre, no Brasil, unanimidade de significado, é comum associá-la ao “processo de comunicação instaurado em uma esfera pública que engloba Estado, governo e sociedade: um espaço de negociação e tomada de decisões relativas à vida pública do país” (MATOS, 1999, p.33), cujo principal objetivo é transmitir informações de interesse público aos cidadãos. Contemporaneamente, o acesso a informações referentes à gestão pública - seja na esfera federal, estadual ou municipal - é reconhecido como direito do cidadão, e esforços para intensificar a visibilidade dos atos e ações do poder público tornaram-se cotidianas.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

Na Prefeitura de Vitória, cabe à Subsecretaria de Comunicação (SEGOV/SUB-COM) da Secretaria Municipal de Governo e Comunicação em parceria com o Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor, planejar, gerenciar e executar projetos e ações de comunicação junto aos diversos públicos, gerenciando as relações entre os veículos de comunicação e as secretarias municipais; coordenando os processos de produção da informação jornalística; gerenciando processos de comunicação institucional, interna e externa; planejando e coordenando as ações de marketing e as campanhas publicitárias da administração municipal; entre outras funções.

O Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor em parceria com a SEGOV/SUB-COM tem a responsabilidade de dar visibilidade a todas as informações relativas aos atos e ações do Procon Municipal de Vitória, de modo amplo, democrático e eficaz. Além disso, cabe o Fundo sensibilizar e mobilizar o cidadão em torno de temas relevantes à cidadania, proteção e defesa dos direitos dos consumidores.

Nesse sentido, a contratação de empresa prestadora de serviço de publicidade e propaganda está inserida na necessidade de publicizar os atos e ações do Fundo Municipal, bem como outras informações de interesse público, o que justifica a abertura de processo licitatório.

## **2.2. DA NATUREZA CONTINUADA DO SERVIÇO**

É sabido que a Administração tem o dever de publicizar seus atos, conforme Art. 37, caput, da Constituição Federal. Decorre do referido princípio a obrigação de observância ao princípio da transparência, neste sentido, os serviços de publicidade de utilidade pública são imprescindíveis para o atendimento e prestação de informações à mídia e consequentemente à população, visando ao cumprimento da publicidade, transparência e prestação de contas pela Prefeitura Municipal de Vitória.

Cumprir registrar que, a transparência pública tem um papel fundamental ao combate à corrupção, bem como permite a contribuição da sociedade no fornecimento de elementos que viabilizam a eficiência e efetividade das políticas públicas.

Ante exposto, entende-se que os serviços de publicidade possuem natureza continuada, uma vez que estão voltados para o funcionamento das rotinas de comunicação social, sendo necessários aos Órgãos da Administração Municipal visando o desempenho de suas atribuições. Assim, resta configurado a necessidade de que a contratação se estenda por mais de um exercício financeiro, nos termos do inciso II, do Art. 57, da Lei nº 8.666/93, sejam as prorrogações efetuadas com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a Administração Pública.



PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

### **2.3. DA VEDAÇÃO DE PARTICIPAÇÃO DE EMPRESAS REUNIDAS EM CONSÓRCIO**

A participação de consórcios em certames licitatórios vai ao encontro da finalidade da licitação que é a obtenção da melhor relação custo-benefício para atender à necessidade da Administração. Os consórcios, geralmente, constituem instrumentos de ampliação da competitividade, na medida em que possibilitam as empresas que os integram somar capacidades técnica, econômico-financeira para participar de procedimento licitatório em que, individualmente, não teriam condições.

Contudo, embora não prescindir de características de cunho intelectual e complexo, é pacífico que a prestação de serviços de publicidade é de pleno e amplo conhecimento das empresas do ramo, havendo numerosa gama de empresas que possuem capacidade de atendimento às necessidades do Município de Vitória, com expertises compatíveis com a expectativa dos serviços a serem contratados. Sendo assim, a participação de consórcio, no presente caso, não garante a ampliação da disputa competitiva.

Ademais, cumpre registrar que o consórcio entre diversas empresas pode prejudicar a estratégia de publicidade do Município, em razão das possíveis divergências de posicionamento de cada uma na execução de um mesmo serviço.

Desta forma, fica vedada a participação de empresas constituídas na forma de consórcio.

## **3. DA FUNDAMENTAÇÃO LEGAL**

3.1. A contratação objeto deste Termo de Referência tem amparo legal nos seguintes dispositivos: Lei Federal nº 12.232/2010; Lei Federal nº 8.666/1993; Lei Federal nº 4.680/1965; Lei Complementar nº 123/2006; Decreto Federal nº 57.690/1966; Decreto Federal nº 4.563/2002.

## **4. DA MODALIDADE E TIPO DE LICITAÇÃO**

### **4.1. DA MODALIDADE**

Nos termos da alínea “c” do inciso II do Art. 23 da Lei nº 8.666/1993, será adotada a modalidade **CONCORRÊNCIA**, em face do valor estimado para a contratação.

### **4.2. DO TIPO DE LICITAÇÃO**

Conforme Lei nº 12.232/2010, os serviços de publicidade serão licitados de acordo com as modalidades definidas no art. 22 da Lei nº 8.666/1993, adotando-



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

se como obrigatórios os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

Primando pela economicidade e vantajosidade para o Município de Vitória, **a escolha mais adequada para a presente contratação é a licitação do tipo “MELHOR TÉCNICA”**, visto que possibilita a contratação de empresa com a melhor qualificação técnica entre as licitantes concorrentes, e a prática do menor preço na execução contratual, identificado e negociado entre as propostas das empresas tecnicamente classificadas.

Dessa forma, a presente contratação deverá ser realizada do tipo **“MELHOR TÉCNICA”**, na medida em que está vinculada a uma atuação publicitária abrangente, dados os públicos-alvo das ações a serem desenvolvidas, as praças a serem atingidas e os diversos meios de comunicação a serem utilizados. Sendo assim, a qualificação técnica é requisito essencial e soberano na identificação da proposta mais vantajosa para a administração.

A contratação será realizada através de licitação, na modalidade **Concorrência - tipo Melhor Técnica**.

## **5. DAS CONDIÇÕES PARA PARTICIPAÇÃO**

**5.1.** Poderão participar da licitação, empresas, isoladamente, que sejam especializadas no ramo objeto da presente contratação e que atenderem às disposições deste Termo de Referência e seus anexos.

**5.2.** É vedada a participação de empresas:

- a)** Que sejam declaradas inidôneas por qualquer Órgão da Administração Pública direta ou indireta, da União, dos Estados, do Distrito Federal ou dos Municípios;
- b)** Que estejam sob falência, dissolução ou liquidação;
- c)** Que estejam incursas nas vedações previstas no Artigo 9º, da Lei Federal nº 8.666/93;
- d)** Que estejam suspensas e/ou impedidas de licitar e/ou contratar com a Administração Municipal;
- e)** Estrangeiras que não tenham filial, sede ou autorização para funcionar no território brasileiro;
- f)** Que estejam constituídas sob a forma de consórcio;
- g)** Que não sejam especializadas no ramo do objeto desta licitação, assim como aquelas que não estiverem legalmente constituídas e que não comprovarem sua habilitação.

**5.3.** A participação das empresas nesta licitação implica na aceitação de todas



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

as condições expressas no presente Termo de Referência, seus Anexos e legislação pertinente.

**5.4.** O licitante arcará integralmente com todos os custos da preparação e apresentação de sua proposta, independentemente do resultado do procedimento licitatório.

## **6. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

**6.1.** As despesas para a contratação dos serviços decorrentes do presente Termo de Referência correrão à conta da Dotação Orçamentária e Fonte de Recurso indicados no FIPO. Elemento de Despesa: 3.3.90.39.82 - Serviços de Publicidade Institucional.

## **7. DO VALOR ESTIMADO DA CONTRATAÇÃO**

**7.1.** O valor estimado da contratação decorrente deste Termo de Referência é de **R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões reais)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

**7.2.** O Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor se reserva do direito de, a seu critério, executar ou não a totalidade do valor contratual.

## **8. DA PROPOSTA TÉCNICA – ENVELOPES “A”, “B” e “C”**

**8.1.** A proposta técnica deverá ser apresentada em 05 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Envelope A), um para a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Envelope B) e outros dois para o Conjunto de Informações do Proponente (Envelope C), integrantes da proposta técnica que consistirá de um conjunto de textos e anexos.

**8.2.** O Envelope “A” que não terá suas vias identificadas, consoante item acima, e o Envelope “B”, este sim identificado, do Plano de Comunicação Publicitária deverão ser apresentadas seguindo formatação padrão a seguir:

**a)** Papel formato A4, com 75 a 90 gr/m<sup>3</sup>, na cor branca; encadernação espiral na cor preta; capa transparente e contracapa na cor preta.

**b)** Fonte Arial e suas variações de formatação (normal, negrito, itálico, sublinhado); corpo 12; cor preta; alinhamento justificado; espaçamento entre linhas 1,5; espaçamento de parágrafos 6 pontos (antes e depois); margens de Página em configuração Normal (Superior: 2,5 cm / Inferior: 2,5 cm / Esquerda: 3 cm / Direita: 3 cm).



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

c) Sem numeração de linhas; com numeração de página no canto inferior direito em fonte Arial, corpo 9, cor preta;

d) Os textos, no total, não poderão exceder a **15 (quinze) laudas** com no máximo 30 (trinta) linhas cada uma. Os anexos, **para cada tópico que os admita**, não serão em número superior a 05 (cinco).

**8.2.1. O Envelope “A”** deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do **Envelope “B”**, o sigilo quanto à sua autoria. O **Envelope “A”** não poderá:

- a) Ter nenhuma identificação;
- b) Apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) Estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

**8.3. O Envelope “B”**, reservado à **via identificada do Plano de Comunicação Publicitária**, deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura, devendo constar o mesmo teor e formatação da via não identificada - Envelope “A”, sem os exemplos de peças referentes à “Ideia Criativa”, apresentando em seu exterior a devida identificação conforme modelo constante deste Termo de Referência.

**8.4.** Para efeito de avaliação nesta fase, a licitante deverá apresentar uma campanha simulada sobre o tema hipotético, conforme “*Briefing*” (documento anexo), contendo o **Plano de Comunicação Publicitária** e o **Conjunto de Informações do Proponente**.

**8.5. O Plano de Comunicação Publicitária** versará sobre os seguintes quesitos, a serem apresentados na ordem abaixo determinada:

**8.5.1. Raciocínio Básico:** Constituído de **texto**, em que a licitante deve expressar seu entendimento sobre o Procon Municipal de Vitória, suas linhas de atuação e suas necessidades de comunicação;

**8.5.2. Estratégia de Comunicação Publicitária:** Constituída de **texto** em que a licitante exporá o conceito e o partido temático que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a comunicação do Procon Municipal de Vitória, defendendo essa opção, examinando e descartando conceitos alternativos;

**8.5.3. Ideia Criativa:** Apresentação em forma de **texto** da síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensa-



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITORIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

gem, que pode ou não assumir a forma de um slogan, que constitua uma proposta de solução para o problema específico de comunicação. A ideia criativa deverá ser acompanhada de **anexos**, sendo estes exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, apresentados sob a forma de roteiros e textos digitados, limitados a um para cada tipo de peça, em número máximo de 05 (cinco) anexos, podendo ser anexados “layouts”, “storyboards”, “monstro de rádio”, “monstro de VT”, inclusive para peças de internet, etc.

**8.5.3.1.** As peças da Ideia Criativa, constantes do **Envelope A** deverão ser impressas em formato a critério da agência, e obrigatoriamente afixadas sobre pranchas avulsas de papel formato A3, na cor preta do lado em que as peças serão coladas e na cor parda do lado oposto, entre 200 a 500 gr/m<sup>3</sup>, sem encadernação, sem capa ou película protetora, em tamanho e formato que permitam sua anexação ao envelope sem danificação, rasura ou alteração do mesmo ou das próprias peças.

**8.5.3.2.** Qualquer peça de mídia eletrônica (monstros de TV, rádio e peças para internet, dentre outros) deverá ser gravada em CD ou DVD, armazenado em estojo de tampa acrílica e fundo preto, com capa em papel branco tamanho 12 x 12 cm, que especifique em texto o tipo de peça (fonte Arial, cor preta, corpo 10) conforme exemplo abaixo:

**PROPOSTA TÉCNICA**  
**IDEIA CRIATIVA – MÍDIA ELETRÔNICA**  
**PEÇA: MONSTRO RÁDIO**  
**CONCORRÊNCIA Nº XXX/2022**

**8.5.3.3.** O mesmo texto deverá ser impresso em etiqueta branca, afixada sobre o CD ou DVD.

**8.5.3.4.** Os arquivos gravados no CD ou DVD deverão ser nominados conforme a peça que representam. Ex: “monstro\_radio.mp3”; “monstro\_TV.wmv”. Arquivos de áudio devem ser gravados no formato MP3; e de vídeo no formato WMV ou MP4.

**8.5.4. Estratégia de Mídia:** De acordo com as informações do *briefing* e com a verba colocada como referencial para a campanha publicitária, a licitante deverá demonstrar através de **textos**:

**8.5.4.1.** A capacidade para atingir e sensibilizar os principais públicos da campanha, permitida a inclusão de tabelas.

**8.5.4.2.** A simulação de plano de distribuição das peças de que trata o quesito Ideia Criativa, acompanhada de texto em que se explicitem e justifiquem as premissas.

**8.5.4.3.** A utilização dos recursos mediante apresentação da distribuição percen-



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

tual da verba disponível, nas rubricas de estudo e pesquisa, produção e veiculação, justificando a aplicação.

**8.5.5.** Tabelas de simulação do plano de distribuição das peças serão consideradas como **anexo único**.

**8.5.6.** A licitante quando da elaboração da simulação do plano de mídia e bem como nos custos de produção, de que trata o quesito Ideia Criativa, obrigatoriamente, deverá utilizar como base para a proposta técnica os valores dos custos de criação, produção e veiculação das respectivas tabelas (valor cheio), sem considerar os percentuais que serão ofertados nas respectivas propostas de preço.

**8.6.** Os **Envelopes “C”**, reservados ao **Conjunto de Informações do PropONENTE** versarão sobre os seguintes quesitos, a serem apresentados na ordem abaixo determinada, não podendo apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro “B” - Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária, sob pena de desclassificação.

**8.6.1.** Cada envelope será específico sendo um para Repertório e outro para Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, respeitando-se as exigências contidas no item 8.6

**8.6.2. Capacidade de atendimento:** a licitante deverá apresentar as informações em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4 ou A3 dobrado, numerado sequencialmente, rubricado em todas as páginas e assinado na última, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de peça avulsa ou campanha e a elaboração de plano de mídia, bem como as informações de comunicação a serem colocadas regularmente à disposição da CONTRATANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

**8.6.3.** A Capacidade de Atendimento poderá ser constituída de textos, tabelas, quadros, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos.

**8.6.4. Quantificação e qualificação do perfil dos profissionais,** sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), que poderão ser postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor da licitante (estudo e pesquisa, planejamento, criação, produção de rádio, cinema e televisão, produção gráfica, mídia e atendimento), devendo a licitante indicar, caso a caso, quantos profissionais de cada nível servirão à linha de atuação;

**8.6.5. Relação nominal dos principais clientes atendidos** pela licitante, com



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

especificação do período de atendimento de cada um deles;

**8.6.6. Infraestrutura e instalações** da licitante que estarão à disposição do Município de Vitória para a execução do contrato;

**8.6.7. Repertório:** a licitante deverá apresentar os documentos, informações e peças que indique o desempenho do proponente na prestação de serviços publicitários a outros clientes, tanto do setor público quanto do setor privado, acompanhado de reprodução de peças em um CD ou DVD, em número máximo de 03 (três) filmes de TV, 03 (três) spots de rádio, 03 (três) anúncios de jornal, 03 (três) anúncios de revista e até 03 (três) peças de “mídia exterior”, com as respectivas fichas técnicas e apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver.

**8.6.7.1.** Cada peça deverá conter **ficha técnica** com a identificação da licitante, data de produção, relação dos profissionais envolvidos no trabalho, período de veiculação e a indicação de pelo menos 01 (um) veículo que a divulgou.

**8.6.7.2.** Não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos, condenados pela Legislação da Propaganda, nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.

**8.6.8. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:** a licitante deverá apresentar até 03 (três) “cases stories”, sob **forma de texto** descritivo dos problemas enfrentados, das soluções encontradas e dos resultados alcançados. Os “cases” deverão ser endossados pelos respectivos anunciantes, permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças de qualquer tipo para cada relato.

**8.7.** O conjunto de textos referente ao Conjunto de Informações da Licitante não poderá exceder o total de 15 (quinze) laudas, com no máximo 30 (trinta) linhas cada.

**8.8.** Tanto para o item Repertório quanto para o item **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação** somente serão aceitas como válidas peças e campanhas de comunicação desenvolvidas e veiculadas de **2019 até a presente data**.

## **9. DO ENVELOPE “D” - PROPOSTA DE PREÇOS**

**9.1.** A Proposta de Preços deverá ser elaborada de acordo com o modelo anexo e apresentada em caderno único, em papel, redigida em língua portuguesa, sem emendas, entrelinhas, rasuras ou ressalvas, contendo a razão social da empresa, endereço, telefone, e-mail e nome do representante legal, data e assinatura do representante legal.

**9.2.** Ressalvadas as disposições do edital, os valores constantes na proposta deverão incluir todas as despesas com materiais, ferramentas, mão de obra, em-



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITORIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

balagens, equipamentos auxiliares, instrumentos de medição, máquinas em geral, impostos, seguros, taxas, tributos, incidências fiscais e contribuições de qualquer natureza ou espécie, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, salários e quaisquer outros encargos necessários à execução do objeto.

**9.3.** O documento deverá ter a informação de que o prazo de validade da proposta não será inferior a 60 (sessenta) dias, contados da data de sua apresentação, ficando estabelecido que na omissão desta informação, será considerado esse prazo.

**9.3.1.** A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

**9.4.** Serão desclassificadas as propostas que desobedecerem às condições do presente Termo de Referência e que apresentem rasuras, falhas e/ou inconsistências que impossibilitem a sua compreensão, correção e/ou aceitação, assim como, àquelas que oferecerem descontos superiores aos limites máximos estabelecidos pelo Conselho Executivo de Normas Padrão - CENP.

**9.5.** São limítrofes, os seguintes percentuais para a composição da Proposta de Preços, sob pena de desclassificação:

**a)** Percentual de desconto inferior a 65% (sessenta e cinco por cento), a ser concedido a Prefeitura de Vitória, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Espírito Santo, referentes a peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

**b)** Percentual de honorário superior a 10,5% (dez e meio por cento), a serem cobrados da Prefeitura de Vitória, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

**c)** Percentual de honorário superior a 10,5% (dez e meio por cento), a serem cobrados da Prefeitura de Vitória, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes aos serviços descritos abaixo:



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

i. Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste.

ii. À renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

iii. À reimpressão de peças publicitárias.

**9.6** Serão desclassificadas as Propostas de Preço que não contiverem a previsão do repasse à Prefeitura de Vitória de 2% (dois por cento) do desconto-padrão concedido as Agências de Propaganda pelos veículos de divulgação.

Percentual de comissão superior a 16% (dezesesseis por cento), sobre a remuneração dos Agenciadores de Propaganda, bem como o desconto concedido às Agências de Propaganda pelos veículos de divulgação sobre os preços estabelecidos em tabela.

**9.7. O Envelope “D” - PROPOSTA DE PREÇOS** deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

## **10. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – ENVELOPE “E”**

**10.1.** Para habilitação deverá a licitante apresentar, no ENVELOPE “E” - **DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**, os documentos especificados a seguir, com validade vigente à data de sua apresentação à exceção daqueles que, por sua natureza, não contenham validade, não sendo aceitos “protocolos de entrega ou solicitação de documento” em substituição.

### **10.2. DA HABILITAÇÃO JURÍDICA**

**10.2.1.** Para habilitação jurídica da Licitante, deverão ser apresentados os seguintes documentos, quando couber:

a) **REGISTRO COMERCIAL**, no caso de empresa individual, com o “Objeto Social” compatível com o objeto da licitação. A empresa que apresentar Registro Comercial com Objeto Social não semelhante ao objeto licitado, será considerada INABILITADA;

b) **ATO CONSTITUTIVO, ESTATUTO OU CONTRATO SOCIAL E SUA CONSOLIDAÇÃO** ou alterações em vigor, com o “Objeto Social” compatível com o objeto da licitação, acompanhado do documento de eleição de seus atuais



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITORIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

administradores, em se tratando de sociedades por ações. A empresa que apresentar Ato Constitutivo, Estatuto ou Contrato Social e sua Consolidação e alterações em vigor com o Objeto Social não compatível com o objeto licitado, será considerada INABILITADA;

**c) 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;

**d) INSCRIÇÃO DO ATO CONSTITUTIVO**, no caso de sociedades civis, acompanhada de documento de eleição da diretoria em exercício.

### **10.3. DA REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA**

**10.3.1.** Para comprovação da regularidade fiscal e trabalhista da Licitante, deverão ser apresentados os seguintes documentos:

- a)** Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ;
- b)** Prova de Regularidade referente aos Tributos Federais e Dívida Ativa da União (Certidão Conjunta PGFN e RFB), compreendendo a regularidade das contribuições previdenciárias e de terceiros;
- c)** Prova de Regularidade com a Fazenda Pública do Estado onde for sediada a empresa;
- d)** Prova de Regularidade com a Fazenda Pública do Município onde for sediada a empresa, relativa aos tributos relacionados com o objeto licitado;
- e)** Prova de regularidade com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS;
- f)** Prova de Inexistência de Débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1º de maio de 1943.

### **10.4. DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA**

**10.5.1.** Para Qualificação Técnica da Licitante, deverão ser apresentados os seguintes documentos:

**a) ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA:** Comprovação de que a licitante presta ou prestou, sem restrição, serviço de natureza compatível com o objeto desta licitação. A comprovação será feita por meio de apresentação de atestado(s), devidamente assinado(s), carimbado(s) e, preferencialmente, em papel timbrado da empresa ou órgão tomador do serviço.

**b) CERTIFICADO DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA** de funcionamento, emitido



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

## **10.5. DA QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA**

**10.5.1.** Para comprovação da boa situação financeira da Licitante, deverão ser apresentados os seguintes documentos:

**a) CERTIDÃO NEGATIVA DE FALÊNCIA**, expedida pelos Cartórios Distribuidores competentes da sede da pessoa jurídica, emitida há, no máximo, 60 (sessenta) dias, quando outro prazo de validade não estiver expresso no documento.

**i)** As empresas que apresentarem certidão positiva de RECUPERAÇÃO JUDICIAL poderão participar da licitação desde que o Juízo em que tramita o procedimento dispense a apresentação da Certidão Negativa de Recuperação Judicial ou certifique que a empresa está em condições de contratar com a Administração Pública.

**ii)** O fato de o licitante encontrar-se em situação de Recuperação Judicial não o exime de comprovar sua qualificação econômico-financeira, pela apresentação de índices ou comprovação de Capital Social/Patrimônio Líquido mínimo, na forma exigida neste Termo de Referência.

**b) COMPROVAÇÃO DE CAPITAL SOCIAL OU PATRIMÔNIO LÍQUIDO:** As empresas deverão comprovar Capital Social ou Patrimônio Líquido, no mínimo de 10% (**cinco por cento**) do valor ESTIMADO para o período de 12 (doze) meses da contratação, perfazendo o valor mínimo de **R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais)**, conforme determina a Lei nº 8.666/93, devendo a comprovação ser feita relativamente à data da apresentação da proposta, na forma da lei.

## **11. DOS CRITÉRIOS E DO JULGAMENTO DA(S) PROPOSTA(S) TÉCNICA(S)**

**11.1.** A Subcomissão Técnica, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Termo de Referência.

**11.2.** Na apreciação das **Propostas Técnicas** será considerada a linha de atuação desenvolvida, sendo certo que receberá um máximo de **100 (cem) pontos** distribuídos entre os diversos tópicos de julgamento, da seguinte forma:

**11.2.1. Plano de Comunicação Publicitária: 60 (sessenta) pontos** a serem distribuídos conforme abaixo:

### **QUESITO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
 SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
 FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

SUBQUESTITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
RACIOCÍNIO BÁSICO	Acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do Procon Municipal de Vitória e do contexto de sua atuação	2.0	Ótimo	
			(2,0 – 1,6)	
			Bom	
			(1,5 – 1,1)	
			Regular	
			(1,0 – 0,6)	
			Insuficiente	
			(0,5 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou	
			(0 – ZERO)	
	Pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas	1.5	Ótimo	
			(1,5 – 1,2)	
			Bom	
			(1,1 – 0,8)	
			Regular	
			(0,7 – 0,4)	
			Insuficiente	
			(0,3 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou	
			(0 - ZERO)	
	Assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo Procon Municipal de Vitória e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.	1.5	Ótimo	
			(1,5 – 1,2)	
			Bom	
			(1,1 – 0,8)	
			Regular	
			(0,7 – 0,4)	
			Insuficiente	
			(0,3 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou	
			(0 - ZERO)	
PONTUAÇÃO MÁXIMA DO SUBQUESTITO		5.0	PONTUAÇÃO OBTIDA	
QUESITO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA				



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
 SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
 FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

SUBQUESTITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do Procon Municipal de Vitória, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação	4,0	Ótimo	
			(4,0 – 3,1)	
			Bom	
			(3,0 – 2,1)	
			Regular	
			(2,0 – 1,1)	
			Insuficiente	
			(1,0 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou	
			(0 - ZERO)	
	Consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito	3,0	Ótimo	
			(3,0 – 2,4)	
			Bom	
			(2,3 – 1,6)	
			Regular	
			(1,5 – 0,8)	
			Insuficiente	
			(0,7 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou	
			(0 – ZERO)	
	Possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do Procon Municipal de Vitória com seus públicos	3,0	Ótimo	
			(3,0 – 2,4)	
			Bom	
			(2,3 – 1,6)	
			Regular	
			(1,5 – 0,8)	
			Insuficiente	
			(0,7 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou	
			(0 – ZERO)	
	Consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	3,0	Ótimo	
			(3,0 – 2,4)	
			Bom	
			(2,3 – 1,6)	



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
**SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO**  
**FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR**

			Regular	
			(1,5 – 0,8)	
			Insuficiente	
			(0,7 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou	
			(0 – ZERO)	
	Capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o Procon Municipal de Vitória desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing	3,0	Ótimo	
			(3,0 – 2,4)	
			Bom	
			(2,3 – 1,6)	
			Regular	
			(1,5 – 0,8)	
			Insuficiente	
			(0,7 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou	
			(0 – ZERO)	
	Exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento	4,0	Ótimo	
			(4,0 – 3,1)	
			Bom	
			(3,0 – 2,1)	
			Regular	
			(2,0 – 1,1)	
			Insuficiente	
			(1,0 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou	
			(0 – ZERO)	
PONTUAÇÃO MÁXIMA DO SUBQUESTO		20,0	PONTUAÇÃO OBTIDA	

QUESTO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA				
SUBQUESTO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
IDEIA CRIATIVA	Alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária	5,0	(5,0 – 4,1)	
			Bom	
			(4,0 – 3,1)	
			Regular	
			(3,0 – 1,1)	



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
**SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO**  
**FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR**

			Insuficiente	
			(1,0 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou	
			(0 – ZERO)	
	Pertinência da solução criativa com a natureza do Procon Municipal de Vitória, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	5,0	Ótimo	
			(5,0 – 4,1)	
			Bom	
			(4,0 – 3,1)	
			Regular	
			(3,0 – 1,1)	
			Insuficiente	
			(1,0 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou	
			(0 – ZERO)	
	Adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo	3,0	Ótimo	
			(3,0 – 2,4)	
			Bom	
			(2,3 – 1,6)	
			Regular	
			(1,5 – 0,8)	
			Insuficiente	
			(0,7 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou	
			(0 – ZERO)	
	Originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta	3,0	Ótimo	
			(3,0 – 2,4)	
			Bom	
			(2,3 – 1,6)	
			Regular	
			(1,5 – 0,8)	
			Insuficiente	
			(0,7 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou	
			(0 – ZERO)	
	Clareza e precisão das mensagens e a adequação	5,0	Ótimo	
			(5,0 – 4,1)	



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
 SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
 FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

	da linguagem com os públicos-alvo		Bom	
			(4,0 – 3,1)	
			Regular	
			(3,0 – 1,1)	
			Insuficiente	
			(1,0 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou	
			(0 – ZERO)	
	Exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento	4,0	Ótimo	
			(4,0 – 3,1)	
			Bom	
			(3,0 – 2,1)	
			Regular	
			(2,0 – 1,1)	
			Insuficiente	
			(1,0 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou	
			(0 – ZERO)	
PONTUAÇÃO MÁXIMA DO SUBQUESITO		25,0	PONTUAÇÃO OBTIDA	
QUESITO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA				
SUBQUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	Adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	2,0	Ótimo	
			(2,0 – 1,6)	
			Bom	
			(1,5 – 1,1)	
			Regular	
			(1,0 – 0,6)	
			Insuficiente	
			(0,5 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou	
	(0 – ZERO)			
Consistência técnica	2,0	Ótimo		



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
**SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO**  
**FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR**

	demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia		(2,0 – 1,6)	
			Bom	
			(1,5 – 1,1)	
			Regular	
			(1,0 – 0,6)	
			Insuficiente	
			(0,5 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou	
			(0 – ZERO)	
	Consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária	2,0	Ótimo	
			(2,0 – 1,6)	
			Bom	
			(1,5 – 1,1)	
			Regular	
			(1,0 – 0,6)	
			Insuficiente	
			(0,5 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou	
			(0 – ZERO)	
	Adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do Procon Municipal de Vitória e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia	2,0	Ótimo	
			(2,0 – 1,6)	
			Bom	
			(1,5 – 1,1)	
			Regular	
			(1,0 – 0,6)	
			Insuficiente	
			(0,5 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou	
			(0 – ZERO)	
	Grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.	2,0	Ótimo	
			(2,0 – 1,6)	
			Bom	
			(1,5 – 1,1)	
			Regular	
			(1,0 – 0,6)	
			Insuficiente	
			(0,5 – 0,1)	



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
**SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO**  
**FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR**

			Não atendeu ou não apresentou	
			(0 – ZERO)	
<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DO SUBQUESITO</b>		<b>10,0</b>	<b>PONTUAÇÃO OBTIDA</b>	

**11.2.2. Conjunto de Informações de Capacidade de Atendimento: 20 (vinte) pontos** a serem distribuídos conforme abaixo:

<b>QUESITOS CAPACIDADE DE ATENDIMENTO</b>			
ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
Porte e tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um	4,0	Ótimo	
		(4,0 – 3,1)	
		Bom	
		(3,0 – 2,1)	
		Regular	
		(2,0 – 1,1)	
		Insuficiente	
		(1,0 – 0,1)	
Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais à necessidade de comunicação publicitária do Procon Municipal de Vitória	4,0	Não atendeu ou não apresentou	
		(0 – ZERO)	
		Ótimo	
		(4,0 – 3,1)	
		Bom	
		(3,0 – 2,1)	
		Regular	
		(2,0 – 1,1)	
Adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor na execução do contrato	4,0	Insuficiente	
		(1,0 – 0,1)	
		Não atendeu ou não apresentou	
		(0 – ZERO)	
		Ótimo	
		(4,0 – 3,1)	
	4,0	Bom	
		(3,0 – 2,1)	
		Regular	
		(2,0 – 1,1)	
		Insuficiente	
		(1,0 – 0,1)	



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

		(1,0 – 0,1)	
		Não atendeu ou não apresentou	
		(0 – ZERO)	
Funcionalidade do relacionamento operacional entre o anunciante e a licitante	4,0	Ótimo	
		(4,0 – 3,1)	
		Bom	
		(3,0 – 2,1)	
		Regular	
		(2,0 – 1,1)	
		Insuficiente	
		(1,0 – 0,1)	
		Não atendeu ou não apresentou	
		(0 – ZERO)	
Relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Procon Municipal de Vitória.	4,0	Ótimo	
		(4,0 – 3,1)	
		Bom	
		(3,0 – 2,1)	
		Regular	
		(2,0 – 1,1)	
		Insuficiente	
		(1,0 – 0,1)	
		Não atendeu ou não apresentou	
		(0 – ZERO)	
<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DO SUBQUESTO</b>	<b>20,0</b>	<b>PONTUAÇÃO OBTIDA</b>	

**11.2.3.** Tabela de pontuação do quesito **REPERTÓRIO** com total de 10 (dez) pontos a serem distribuídos conforme abaixo:

QUESITO REPERTÓRIO			
ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
Originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do PROCON Municipal de Vitória, ao público-alvo e ao desafio de comunicação	4,0	Ótimo	
		(4,0 – 3,1)	
		Bom	
		(3,0 – 2,1)	
		Regular	



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
**SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO**  
**FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR**

		(2,0 – 1,1)	
		Insuficiente	
		(1,0 – 0,1)	
		Não atendeu ou não apresentou	
		(0 – ZERO)	
Clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e público alvo	3,0	Ótimo	
		(3,0 – 2,4)	
		Bom	
		(2,3 – 1,6)	
		Regular	
		(1,5 – 0,8)	
		Insuficiente	
		(0,7 – 0,1)	
		Não atendeu ou não apresentou	
Qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.	3,0	(0 – ZERO)	
		Ótimo	
		(3,0 – 2,4)	
		Bom	
		(2,3 – 1,6)	
		Regular	
		(1,5 – 0,8)	
		Insuficiente	
		(0,7 – 0,1)	
		Não atendeu ou não apresentou	
		(0 – ZERO)	
<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DO SUBQUESTO</b>	<b>10,0</b>	<b>PONTUAÇÃO OBTIDA</b>	

**11.2.4.** Tabela de pontuação do quesito **RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO** com total de 10 (dez) pontos a serem distribuídos conforme abaixo:

QUESITO RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO			
ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
Evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na	2,5	Ótimo	
		(2,5 – 2,0)	



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
**SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO**  
**FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR**

proposição da solução publicitária		Bom	
		(1,9 – 1,3)	
		Regular	
		(1,2 – 0,7)	
		Insuficiente	
		(0,6 – 0,1)	
		Não atendeu ou não apresentou	
		(0 – ZERO)	
Demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do Procon Municipal de Vitória	2,5	Ótimo	
		(2,5 – 2,0)	
		Bom	
		(1,9 – 1,3)	
		Regular	
		(1,2 – 0,7)	
		Insuficiente	
		(0,6 – 0,1)	
Complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos;	2,5	Não atendeu ou não apresentou	
		(0 – ZERO)	
		Ótimo	
		(2,5 – 2,0)	
		Bom	
		(1,9 – 1,3)	
		Regular	
		(1,2 – 0,7)	
Encadeamento lógico da exposição do relato pela licitante.	2,5	Insuficiente	
		(0,6 – 0,1)	
		Não atendeu ou não apresentou	
		(0 – ZERO)	
		Ótimo	
		(2,5 – 2,0)	
		Bom	
		(1,9 – 1,3)	
		Regular	
		(1,2 – 0,7)	
		Insuficiente	
		(0,6 – 0,1)	



PREFEITURA MUNICIPAL DE VITORIA  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

		Não atendeu ou não apresentou	
		(0 – ZERO)	
PONTUAÇÃO MÁXIMA DO SUBQUESTO	10,0	PONTUAÇÃO OBTIDA	

**11.3.** Subcomissão Técnica, individualmente, analisará e julgará o **Plano de Comunicação Publicitária (Envelope A - via não identificada)**, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no edital, conforme Tabela de Checagem de Itens - Plano de Comunicação Publicitária e atribuindo notas aos quesitos conforme Tabela de Pontuação dos Itens - Plano de Comunicação Publicitária.

**11.4.** É vedada a aposição, a qualquer parte da **via não identificada (Envelope A) do Plano de Comunicação Publicitária**, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro B, conforme § 2º do art. 9º da Lei 12.232/2010.

**11.5.** É vedada a aposição ao invólucro destinado ao Conjunto de Informações do Proponente (Envelope C), assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do Plano de Comunicação Publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros B, conforme estabelecido no § 2º do art. 9º da Lei 12.232/2010.

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

**11.7.** A nota de cada licitante corresponderá ao somatório das notas de todos os quesitos.

**11.8.** A **Subcomissão Técnica** elaborará ata de julgamento do **Plano de Comunicação Publicitária** e encaminhará à Comissão de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

**11.9.** A **Subcomissão Técnica**, individualmente, analisará e julgará o **Conjunto de Informações do Proponente (Envelope C)**, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas neste Termo de Referência, conforme Tabela de Checagem de Itens - Conjunto de Informações do Proponente - e atribuindo notas aos quesitos conforme Tabela de Pontuação dos Itens - Conjunto de Informações do Proponente.

**11.10.** A **Subcomissão Técnica** elaborará ata de julgamento do **Conjunto de**



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITORIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

**Informações** de cada lote e encaminhará à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

**11.11.** 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.

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

**11.13.** A **Comissão de Licitação** estabelecerá o dia e a hora para realização de sessão pública visando apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

- a) Abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária.
- b) Cotejo entre as vias identificadas (envelope B) e não identificadas (envelope A) 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.

**11.14.** Em caso de empate no resultado geral das propostas técnicas, terá preferência a licitante que, na ordem a seguir, sucessivamente:

- a) obtiver a maior nota no quesito Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) obtiver a maior nota no quesito Ideia Criativa;
- c) obtiver a maior nota no quesito Estratégia de Mídia;
- d) obtiver a maior nota no quesito Raciocínio Básico.

**11.15.** Persistindo o empate, será estabelecido o critério do § 2º do art. 45, da Lei 8.666/93.

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



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITORIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

- a) não atender às exigências do presente Termo de Referência e de seus Anexos;
- b) não alcançar, no resultado geral, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- c) obtiver nota 0 (zero) em quaisquer dos quesitos a que se referem este capítulo.

**11.17.** Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento das disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do **envelope B**, reservado à via identificada.

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

**11.19.** Divulgada a classificação final das Propostas Técnicas, serão designados, em publicação em veículo impresso regional de grande circulação, dia e hora para abertura dos envelopes contendo as Propostas de Preços das licitantes classificadas tecnicamente.

**11.20.** Os **ENVELOPES “D” - PROPOSTA DE PREÇOS** serão mantidos fechados sob a guarda da Comissão de Licitação, que os rubricará, juntamente com os representantes credenciados dos licitantes.

## **12. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS, HABILITAÇÃO E JULGAMENTO FINAL DO CERTAME**

**12.1.** Decorrido o prazo recursal referente à Proposta Técnica, não havendo interposição de recursos, a Comissão de Licitação, no dia e hora designados, procederá à abertura do **ENVELOPE “D” - Proposta de Preços** e verificará quanto ao atendimento das especificações exigidas e modelo constante do Anexo apresentado no edital, fazendo constar em ata os respectivos preços propostos pelas licitantes em ordem crescente de valores.

**12.2.** Será considerada a Proposta de menor preço a que obtiver, simultaneamente, a **MENOR SOMA DOS PERCENTUAIS DE HONORÁRIOS** e apresentar o **MAIOR PERCENTUAL DE DESCONTO**, todos do subitem 13.5 deste Edital.

**12.3.** Caso a mesma proposta não apresente as condições estabelecidas no su-



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

bitem anterior, será considerada a Proposta de menor preço aquela que apresentar a menor soma dos percentuais de honorários/comissão.

**12.4.** Se houver empate, será considerada como Proposta de menor preço a que apresentar, sucessivamente:

- a) menor percentual de honorários mencionados na alínea “b” do subitem 9.5;
- b) menor percentual de honorários mencionados na alínea “c” do subitem 9.5;
- c) menor percentual de comissão mencionado na alínea “d” do subitem 9.5;
- d) maior percentual de desconto mencionado na alínea “a” do subitem 9.5.

**12.5.** No caso de insucesso na negociação com a licitante mais bem classificada no julgamento técnico, procedimento idêntico será adotado pela Comissão de Licitação, sucessivamente, com as demais licitantes, pela ordem de classificação, até a consecução de acordo para as contratações previstas no presente certame, em observância ao inciso III do §1º do art. 46 da lei nº 8.666/1993.

**12.6.** As propostas de preços serão devolvidas intactas aos licitantes que não forem preliminarmente classificados ou que não obtiverem a valorização mínima estabelecida para a proposta técnica.

**12.7.** Da sessão de abertura dos envelopes “D”, será lavrada ATA circunstanciada, que será rubricada por todos os Licitantes presentes e pela Comissão de Licitação e publicada no veículo de imprensa oficial do Município, abrindo prazo 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;

**12.8.** A Comissão de Licitação convocará os licitantes classificados no julgamento final das propostas técnicas e de preços para apresentação dos documentos de habilitação - Envelope “E”, os quais serão recebidos e abertos em sessão pública.

**12.9.** Os documentos de habilitação deverão ser apresentados conforme estabelecido neste Termo de Referência.

**12.10.** Da sessão de recebimento dos envelopes e da abertura dos envelopes “E”, será lavrada ATA circunstanciada, que será rubricada por todos os Licitantes presentes e pela Comissão de Licitação. Serão considerados habilitados os Licitantes que atenderem integralmente as condições previstas neste documento.

**12.11.** Considerando a inversão de fases, própria do procedimento executado à luz da Lei Federal 12.232, a Comissão de Licitação divulgará o resultado da Habilitação e Julgamento final do certame, abrindo-se o prazo para interposição de recurso.

### **13. DO CONTRATO**

**13.1.** O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, a contar da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, mediante Termo Aditivo, até o limite



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITORIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

de 60 (sessenta) meses, devidamente autorizada formalmente pela Autoridade Competente, observado o disposto no Art. 57, Inciso II da Lei 8.666/93.

**13.2.** Nos contratos assinados eletronicamente, será considerada a data da última assinatura.

**13.3.** A eficácia do mesmo dar-se-á após a publicação resumida do instrumento na Imprensa Oficial do Município de Vitória (art. 52 da Lei Orgânica).

**13.4.** A licitante vencedora será convocada pela Administração, por escrito, para a assinatura do respectivo contrato, no prazo de 05 (cinco) dias úteis a partir da data da convocação. Se esta não aceitar ou não retirar o instrumento contratual no prazo estabelecido, a Administração poderá convocar na ordem de classificação, as licitantes remanescentes, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pela primeira classificada, ou revogar a licitação, independentemente das sanções administrativas previstas deste edital.

**13.5.** A Administração poderá prorrogar o prazo para assinatura do contrato, por igual período, nos termos do § 1º do art. 64 da Lei 8.666/93.

#### **14. DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS**

**14.1.** A Contratada deverá iniciar a execução do serviço em até 05 (cinco) dias úteis após o recebimento da Ordem de Serviços (OS).

**14.2.** O prazo de execução dos serviços fica fixado em 12 (doze) meses, contados a partir do recebimento da Ordem de Serviços (OS). Somente se iniciam ou vencem os prazos estabelecidos em dia de expediente no órgão contratante.

**14.3.** Os serviços deverão ser executados conforme descrito neste documento, edital e contrato.

#### **15. DAS INFORMAÇÕES DA GESTÃO/FISCALIZAÇÃO**

**15.1.** A gestão e fiscalização do contrato serão realizadas pelos seguintes servidores:

##### **15.1.1. Designação do Gestor do Contrato:**

**Nome Completo:** Raquel Zippinotte Vionet Leão

**Matrícula:** 636815

**Cargo:** Gerente de Proteção e Defesa do Consumidor

**Setor de Trabalho:** SEMCID/GPDC

**E-mail:** [raquelvionet@vitoria.es.gov.br](mailto:raquelvionet@vitoria.es.gov.br)

**Telefone para contato:** (27) 33826698

##### **15.1.2. Designação do Fiscal do Contrato**



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITORIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

**Nome Completo:** Fernanda da Silva Mota

**Matrícula:** 632352

**Cargo:** Assessor(a) Técnica

**Setor de Trabalho:** SEMCID/GPDC

**E-mail:** [fsmota@vitopria.es.gov.br](mailto:fsmota@vitopria.es.gov.br)

**Telefone para contato:** (27) 33826698

**15.2.** Estes serão responsáveis por fazer a gestão e fiscalizar a execução deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terá(ão) poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção.

**15.3.** O responsável pela fiscalização não terá qualquer poder para eximir a Contratada de qualquer obrigação prevista neste Edital e seus anexos.

**15.4.** A fiscalização pela Contratante em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da Contratada pela perfeita execução dos serviços objeto deste Termo de Referência.

**15.5.** A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilatação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da Contratante.

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

**15.7.** A autorização, pela Contratante, dos planos de mídia e dos serviços executados pela Contratada ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

**15.8.** A ausência de comunicação por parte da Contratante, referente a irregularidade ou falhas, não exime a Contratada das responsabilidades determinadas neste Termo de Referência.

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

**15.10.** A Contratada se obriga a permitir que a auditoria interna da Contratante ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à Contratante.

**15.11.** A Contratante é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste Termo de Referência, juntamente com representante credenciado pela Contratada.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

## **16. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

**16.1.** Realizar, com seus próprios recursos e/ou mediante a contratação de terceiros, todos os serviços relacionados com o objeto deste Termo de Referência, de acordo com as especificações estipuladas pela Prefeitura.

**16.2.** Centralizar na Secretaria Municipal de Cidadania, Direitos Humanos e Trabalho - SEMCID, a gestão da publicidade do Procon Municipal de Vitória, submetendo todo material a ser produzido pela CONTRATADA à análise prévia da SEMCID.

**16.3.** Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na elaboração dos serviços objeto deste Termo de Referência, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela SEMCID.

**16.4.** Substituir, a qualquer tempo, a pedido da SEMCID, específica ou definitivamente, qualquer profissional da equipe técnica da empresa que esteja realizando ou esteja designado para executar trabalho(s) para a Prefeitura.

**16.5.** Estar apta, a qualquer tempo, a prestar os serviços previstos ou os inerentes ao objeto contratado, destacando pessoa disponível para o atendimento das solicitações da Prefeitura durante todo o período da vigência do Contrato.

**16.6.** Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, ao Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor, descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens.

**16.7.** Negociar sempre as melhores condições de preço para os direitos autorais de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias.

**16.8.** Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, 03 (três) propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução.

**16.8.1.** Se não houver possibilidade de obter 03 (três) propostas, a agência deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

**16.9.** Obter a aprovação prévia da SEMCID, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada ao objeto desta concorrência.

**16.10.** Responsabilizar-se por produtos e/ou serviços realizados por meio de



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

contratação de terceiros, zelando pelos cumprimentos dos prazos e pela qualidade da entrega final.

**16.11.** Submeter à aprovação da SEMCID a contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a agência ou seus funcionários tenham, direta ou indiretamente, participação societária ou qualquer vínculo comercial.

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

**16.13.** Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da SEMCID, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários, desde que essas ocorrências não tenham sido causadas pela própria agência.

**16.14.** Só divulgar informações que envolvam o nome da CONTRATANTE, acerca da prestação dos serviços objeto deste Contrato, mediante sua prévia e expressa autorização.

**16.15.** Prestar esclarecimentos à SEMCID sobre eventuais atos ou fatos noticiados que envolvam a agência, independentemente de solicitação.

**16.16.** Manter, durante a execução do Contrato, todas as condições de habilitação exigidas no instrumento convocatório.

**16.17.** Cumprir todas as leis e posturas federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que der causa.

**16.18.** Cumprir a legislação trabalhista com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.

**16.19.** Assumir, com exclusividade, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto desta concorrência, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

**16.20.** Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

**16.21.** Apresentar, quando solicitado pela SEMCID, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

**16.22.** Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a Prefeitura.

**16.23.** Em casos de contratação de terceiros para a execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste instrumento, exigir dos eventuais contratados, no que couber, as mesmas condições do presente Contrato.

**16.24.** Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da SEMCID.

**16.25.** Responder perante ao Fundo Municipal de Proteção e Defesa dos Consumidor e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto desta concorrência.

**16.26.** 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 o Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor.

**16.27.** Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do contrato a ser firmado após esta concorrência.

**16.28.** Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a agência adotará as providências necessárias no sentido de preservar o Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará o Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor das importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias, a contar da data do efetivo pagamento.

**16.29.** Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedades ou direitos autorais, relacionados com os serviços objeto desta Concorrência.

**16.30.** Disponibilizar à SEMCID, até o décimo dia do mês subsequente, relatórios de produção e veiculação autorizadas no mês anterior;

**16.31.** Disponibilizar à SEMCID, até o décimo dia do mês subsequente, por meio de CD ou DVD ou envio virtual, o conjunto de peças produzidas no período, em sua versão final e aprovada, para fins de arquivamento e registro.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITORIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

**16.32.** Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas oriundas deste instrumento.

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

## **17. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

**17.1.** Fornecer os elementos básicos e dados complementares necessários para o perfeito desenvolvimento dos serviços;

**17.2.** Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a agência;

**17.3.** Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à Contratada e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, pela Contratada;

**17.4.** Notificar, formal e tempestivamente, a Contratada sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato;

**17.5.** A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência que deu origem a este instrumento poderá vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações;

**17.6.** Comunicar, por escrito, à agência, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis;

**17.7.** Efetuar os pagamentos conforme previsto no Edital;

**17.8.** Divulgar em site próprio as informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de comunicação e divulgação. As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação, nos termos do disposto no art. 16, parágrafo único, da Lei nº 12.232/2010.

## **18.DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

**18.1.** O licitante fica sujeito à penalidade de impedimento de licitar e contratar



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

com o Município de Vitória e será descredenciado do sistema de cadastramento de fornecedores da PMV pelo prazo de até 02 (dois) anos, sem prejuízo das multas previstas em edital e no contrato e das demais cominações legais, conforme art. 87, inciso III da Lei 8.666/1993 pelos seguintes motivos:

- a)** Por recusa do adjudicatário/contratado em assinar/receber o Contrato/Ordem de Serviços (OS), dentro dos 05 (cinco) dias úteis após a convocação: até 02 (dois) anos;
- b)** Deixar de entregar ou entregar em desconformidade, injustificadamente, documentação exigida para o certame: até 02 (dois) anos;
- c)** Apresentar documentação falsa: até 02 (dois) anos, sendo que o prazo será definido dependendo da comprovação de que o licitante foi o responsável direto ou indireto pela apresentação; se tinha conhecimento da falsificação; se agiu com dolo ou culpa;
- d)** Ensejar, injustificadamente, o retardamento do objeto licitado (atraso injustificado): superior a 15 (quinze) dias até 30 (trinta) dias: até 01 (um) ano, sendo que o prazo exato do impedimento será definido dependendo do objeto contratado, dos prejuízos causados ao Município e das ações do licitante em minimizar os prejuízos;
- e)** Ensejar, injustificadamente, o retardamento do objeto licitado (atraso injustificado): superior a 30 (trinta) dias: até 02 (dois) anos, sendo que o prazo exato do impedimento será definido dependendo do objeto contratado, dos prejuízos causados ao Município e das ações do licitante em minimizar os prejuízos;
- f)** Falhar, injustificadamente na execução do contrato (inexecução parcial ou total): até 02 (dois) anos, sendo que o prazo exato do impedimento será definido dependendo do objeto contratado, se a inexecução foi total ou parcial, dos prejuízos causados ao Município e das ações do licitante em minimizar os prejuízos.

**18.2.** Ao(s) Licitante(s)/Contratado poderá(ão) ser aplicada(s), ainda, a(s) seguinte(s) sanção(ões), além das responsabilidades por perdas e danos:

**I. Advertência:**

- a)** Nos casos de atrasos injustificados do início da execução dos serviços em até 10 (dez) dias;
- b)** Nos casos de faltas leves corrigíveis, assim entendidas aquelas que não acarretem prejuízos significativos para a Administração e para os munícipes.

**II. Multas nos seguintes casos e percentuais:**

- a) Multa de Mora:** Por atraso injustificado na entrega de material ou execução de serviço superior a 03 (três) dias e até 15 (quinze) dias: 0,3% (zero vírgula três por cento) ao dia sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida;
- b) Multa de Mora:** Por atraso injustificado na entrega de material ou execução de serviço superior a 15 (quinze) dias: 0,5% (zero vírgula cinco por cento) ao dia



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida;

**c) Multa de Mora:** Pela recusa injustificada em apresentar a garantia contratual no prazo estabelecido no instrumento convocatório: 0,2% (zero vírgula dois por cento) ao dia sobre o valor da Ordem de Serviços (OS);

**d) Multa Compensatória:** Por atraso injustificado na entrega de material ou execução de serviço superior a 30 (trinta) dias consecutivos: 5% (cinco por cento) sobre o valor total da Ordem de Serviços (OS) e, a critério da Administração Municipal, consequente rescisão contratual e cancelamento da Ordem de Serviço;

**e) Multa Compensatória:** Por recusa injustificada do adjudicatário em aceitar, receber ou retirar o contrato uma vez que caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida: 5% (cinco por cento) sobre o valor da proposta;

**f) Multa Compensatória:** Por recusa injustificada do adjudicatário/contratado em aceitar, receber ou retirar a Ordem de Serviço (OS) e/ou solicitar cancelamento da execução do contrato antes da emissão da Ordem de Serviço (OS), uma vez que caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida: 10% (dez por cento) sobre o valor total da Ordem de Serviço (OS), com possibilidade de cancelamento da Nota de Empenho Total ou Parcial;

**g) Multa Compensatória:** Por inexecução parcial, injustificada, da Ordem de Serviços (OS): 5% (cinco por cento) sobre o valor da parcela não executada;

**h) Multa Compensatória:** Por inexecução total injustificada da Ordem de Serviços (OS), caracterizado pelo atraso na entrega de material ou execução de serviço após 60 (sessenta) dias: 10% (dez por cento) sobre o valor total da Ordem de Serviços (OS) e, a critério da Administração Municipal, consequente rescisão contratual e cancelamento da Ordem de Serviços (OS);

**i) Multa Compensatória:** Por deixar de manter as condições de habilitação durante toda a vigência do contrato, uma vez que caracteriza o descumprimento da obrigação assumida: 10% (dez por cento) sobre o valor total da Ordem de Serviço (OS) e, a critério da Administração Municipal, consequente rescisão contratual e cancelamento da Ordem de Serviços (OS).

**III. 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 própria autoridade que aplicou a penalidade, que poderá ser concedida sempre que o Licitante ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes, nos casos de:

**a)** Fraude na execução do contrato;

**b)** Comportamento de modo inidôneo ou cometimento de fraude fiscal.

**18.3.** As multas previstas no inciso II do subitem 18.2, poderão ser descontadas de imediato do pagamento devido, ou cobradas judicialmente, se for o caso, com a devida anuência do fornecedor.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

**18.4.** As sanções previstas no item 18.1 e no inciso I do item 18.2 poderão ser aplicadas juntamente com as do inciso II do item 18.2, facultada a defesa prévia do Licitante no respectivo processo, no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

**18.5.** As sanções previstas no item 18.1 e nos incisos I e II do item 18.2 são de competência da Gerente de Integridade, Transparência e Prevenção à Corrupção da Controladoria Geral do Município, facultada a defesa prévia do Licitante no respectivo processo, no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

**18.6.** A sanção prevista no inciso III do item 18.2 é de competência do Secretário da Controladoria Geral do Município, facultada a defesa da Licitante no respectivo processo administrativo de penalidade, no prazo de 10 (dez) dias da notificação e abertura de vista.

**18.7.** A suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração será declarada em função da natureza e gravidade da falta cometida.

**18.8.** A infringência total ou parcial de quaisquer das cláusulas constantes do Contrato a ser celebrado, poderá, à critério do Município de Vitória, observadas as disposições editalícias, contratuais e legais pertinentes, bem como respeitadas a ampla defesa e o contraditório, ensejar a aplicação à Contratada, as sanções previstas neste Edital e no contrato, sem prejuízo das responsabilidades civil e penal, na forma dos arts. 87 e 109 da Lei Federal no 8.666/93.

## **19. DAS SUPRESSÕES OU ACRÉSCIMOS**

**19.1.** A Contratada obrigar-se-á a aceitar, nas mesmas condições estabelecidas no Contrato, os acréscimos e/ou supressões que se fizerem necessários, nos serviços em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial contratado atualizado, nos termos do art. 65, § 1º da Lei 8.666/1993 e suas alterações.

**19.2.** Os acréscimos e/ou supressões não poderão exceder os limites acima mencionados, salvo as supressões resultantes de acordo celebrado entre as partes contratantes, com fulcro no art. 65, § 2º, da Lei 8.666/1993 e suas alterações.

**19.3.** As supressões e/ou acréscimos referenciados serão considerados formalizados mediante aditamento contratual, a ser emitido pela Coordenação de Contratos, da Gerência de Licitações e Contratos, do Município de Vitória.

## **20. DOS PREÇOS E DO REAJUSTAMENTO**

**20.1.** Os percentuais de desconto e honorários serão fixos e irrevogáveis.

**20.2.** O VALOR ESTIMADO contratado poderá ser corrigido, POR SOLICITAÇÃO DO CONTRATANTE, com base no índice IPCA-IBGE ou outro índice que vier a substituí-lo, desde que decorrido pelo menos 12 (doze) meses a contar da



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITORIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

data de entrega da proposta. COM VISTAS À MANUTENÇÃO DO PODER DE CONTRATAÇÃO.

## **21. DO REEQUILÍBRIO ECONÔMICO-FINANCEIRO**

**21.1.** A qualquer tempo a Contratada poderá solicitar o reequilíbrio econômico-financeiro do contrato, desde que demonstre analítica e justificadamente a variação de todos os componentes dos custos, que deram origem ao desequilíbrio contratual, em consonância com o art. 65, inciso II, alínea “d”, da Lei 8.666/93.

**21.2.** Os efeitos financeiros do pedido de reequilíbrio econômico-financeiro do contrato serão considerados a partir da ocorrência do fato gerador.

**21.3.** A recomposição do equilíbrio econômico-financeiro do contrato, além de obedecer aos requisitos do artigo 65, inciso II, “d”, da Lei Federal nº 8.666/1993, será proporcional ao desequilíbrio efetivamente suportado, cuja existência e extensão deverão ser comprovados pela CONTRATADA ou pelo CONTRATANTE, conforme o caso, e darão ensejo à alteração do valor do contrato para mais ou para menos, respectivamente.

**21.4.** O pleito de reequilíbrio econômico-financeiro não será acolhido quando a parte interessada falhar em comprovar os requisitos previstos no contrato, em especial nas seguintes hipóteses:

- a)** A efetiva elevação dos encargos não resultar em onerosidade excessiva ou não restar comprovada e qualificada por memória de cálculo a ser apresentada pela parte interessada;
- b)** O evento que houver dado causa ao desequilíbrio houver ocorrido em data anterior à sessão pública de entrega dos envelopes e declarações complementares ou posterior à expiração da vigência do contrato;
- c)** Não for comprovado o nexo de causalidade entre o evento e a majoração dos encargos suportados pela parte interessada;
- d)** A parte interessada houver, direta ou indiretamente, contribuído para a majoração de seus próprios encargos, seja pela previsibilidade do evento, seja pela possibilidade de evitar a sua ocorrência;
- e)** A elevação dos encargos decorrer exclusivamente de variação inflacionária, hipótese já contemplada nos critérios de reajuste previstos neste instrumento;
- f)** O evento que houver dado causa ao desequilíbrio constituir alea ordinária imputável à CONTRATADA, quando o pleito houver sido apresentado por esta.

## **22. DA CONTRATAÇÃO DE TERCEIROS**



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITORIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

**22.1.** Sem prejuízo das responsabilidades contratuais e legais poderá ser permitida a contratação de terceiros de parte(s) do(s) serviço(s) contratado(s).

**22.2.** Somente poderão ser contratadas as atividades complementares que se enquadrem na descrição do § 1º do art. 2º da Lei 12.232/2010.

**22.3.** Os fornecedores contratados deverão estar previamente cadastrados pela PMV (art. 14 da Lei 12.232/10).

**22.4.** Haverá a necessidade de seguir os procedimentos de seleção descritos no art. 14, §§ 1º, 2º, 3º da Lei 12.232/10.

**22.5.** É vedada a subcontratação de outra agência de propaganda para execução dos serviços compreendidos no objeto da presente licitação.

### **23. DA GARANTIA CONTRATUAL**

**23.1.** A garantia de execução dos serviços contratados tem por objetivo garantir a CONTRATANTE o fiel cumprimento, pela CONTRATADA, de todas as obrigações diretas ou indiretamente assumidas no contrato a ela adjudicado.

**23.2.** Em até 30 (trinta) dias corridos após a assinatura do contrato, a proponente vencedora fica obrigada a apresentar garantia equivalente a 2% (dois por cento) sobre o valor global do instrumento contratual, conforme art. 56 da Lei 8.666/93.

**23.3.** A garantia de execução do contrato será restituída mediante requerimento da CONTRATADA, após a expedição do Termo de Execução Definitiva dos Serviços.

**23.4.** Em se tratando de fiança bancária, títulos da dívida pública ou seguro-garantia, o documento pertinente deverá ser apresentado ao Gestor do Contrato, que se encarregará de confirmar a autenticidade do documento, anexar cópia do mesmo no processo de formalização do contrato, bem como encaminhar a via original à SEMFA/GPC/CCASP para registro no sistema de contabilidade.

**23.5.** O título da dívida pública a ser ofertado tem que ser um título atual, em circulação normal no mercado, e com possibilidade de resgate imediato.

**23.6.** Quando se tratar de caução em dinheiro, a mesma deverá ser recolhida pela Contratada através do DUA - Documento Único de Arrecadação no Código dos Tributos - Outras Receitas Correntes nº 4610.

**23.7.** O depósito da caução em dinheiro, deverá ser efetuado na conta específica da Contratante, conforme descrito abaixo:

<b>CREDOR</b>	<b>UG</b>	<b>CNPJ</b>	<b>BANCO</b>	<b>AGÊNCIA</b>	<b>Nº CONTA</b>
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR	517	21.786.593/0001-33	BANESTES	236	28.061.638



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

**23.8.** Na hipótese da garantia ser prestada mediante Carta Fiança Bancária, esta deverá ser emitida por Instituição Bancária autorizada a funcionar pelo Banco Central do Brasil e conter expressa renúncia do fiador aos benefícios do artigo 827 do Código Civil.

**23.9.** Ocorrendo aumento no valor contratual por acréscimo dos serviços, respeitando o limite de 25% (vinte e cinco por cento) a Contratada deverá proceder o reforço da garantia inicial no mesmo percentual estabelecido no subitem 23.2.

**23.10.** Havendo prorrogação do prazo formalmente admitida pela Administração, deverá a CONTRATADA reapresentar quaisquer das modalidades de garantia previstas neste Termo de Referência e por essa escolhida, de forma a abranger o período de prorrogação, retendo a CONTRATANTE dos créditos da contratada, enquanto não efetivar tal garantia, o valor a ela correspondente.

**23.11.** A garantia só será liberada ante à comprovação de que a CONTRATADA pagou todas as verbas rescisórias trabalhista decorrentes da contratação. Caso esse pagamento não ocorra até o fim do segundo mês, após o encerramento da vigência contratual, a garantia será utilizada para o pagamento dessas verbas trabalhistas diretamente pela Administração.

## **24. DAS CONDIÇÕES DE REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO DOS SERVIÇOS**

**24.1.** Os documentos de cobrança da Contratada, compostos de 01 (uma) via da Nota Fiscal/Fatura ou de Fatura com a respectiva Nota Fiscal e 01 (uma) via do documento fiscal do fornecedor com o comprovante do respectivo serviço, serão liquidados, salvo em casos prévia e expressamente autorizados pela Contratante, mediante crédito na conta corrente a ser informada pela Contratada, da seguinte forma:

- a)** Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação, em até 30 (trinta) dias consecutivos após o mês de veiculação;
- b)** Produção: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes, em até 30 (trinta) dias consecutivos após o mês de produção;
- c)** Outros serviços de terceiros: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos vencimentos previamente ajustados com a CONTRATANTE.

**24.2.** Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser formalizados no Protocolo Virtual da Prefeitura Municipal de Vitória, através do site [protocolo.vitoria.es.gov.br](http://protocolo.vitoria.es.gov.br).



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

**24.2.1** A(s) Nota(s) Fiscal(is) ou documento (s) de cobrança equivalente(s) deverá(ão) ser emitida(s) para cada fonte de recurso, com a razão social, CNPJ e endereço completo do órgão requisitante, constantes na ordem de serviço.

**24.3.** 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.

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

**24.5.** 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.

**24.6.** Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados, pela Contratada, nos prazos e condições previamente aprovados pela Contratante e expressos pelos fornecedores em documentos fiscais, considerando que a Contratante repasse à Contratada os recursos necessários dentro do prazo determinado.

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

**24.8.** A Contratada apresentará à Contratante, cópias dos respectivos documentos fiscais que comprovem os pagamentos feitos a terceiros, até 10 (dez) dias consecutivos após sua realização.

**24.9.** É vedada a antecipação de pagamentos sem a contraprestação dos serviços.

**24.10.** O pagamento será efetuado somente após a comprovação e atestação da realização do serviço por parte da pessoa que for designada para o acompanhamento e fiscalização de sua execução, com o visto do titular da Secretaria Municipal de Governo e Comunicação.

**24.11.** Os pagamentos serão feitos conforme disposto neste item, e ficam condicionados à apresentação dos seguintes documentos:

- a)** Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ;
- b)** Prova de Regularidade referente aos Tributos Federais e Dívida Ativa da União (Certidão Conjunta PGFN e RFB), compreendendo a regularidade das contribuições previdenciárias e de terceiros;
- c)** Prova de Regularidade com a Fazenda Pública do Estado onde for sediada a empresa;
- d)** Prova de Regularidade com a Fazenda Pública do Município onde for sediada a empresa;



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

- e) Prova de regularidade com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS;
- f) Prova de Inexistência de Débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho;
- g) Prova de Regularidade com a Fazenda Pública Municipal de Vitória. (a prova de regularidade com o município de Vitória está disponível para emissão por qualquer interessado no endereço eletrônico: <http://sistemas.vitoria.es.gov.br/certnegativa/>).

**24.12.** Os pagamentos poderão ser sustados pela Contratante nos seguintes casos:

- I. Não cumprimento das obrigações assumidas que possam, de alguma forma, prejudicar a Contratante;
- II. Inadimplência de obrigações assumidas pelo fornecedor para com o Município de Vitória, por conta do estabelecido no Contrato;
- III. Erros ou vícios na(s) Nota(s) Fiscal(is)/Fatura(s).

**24.13.** É expressamente vedado à Contratada cobrança ou desconto de duplicatas através de rede bancária ou de terceiros.

**24.14.** A Contratante poderá deduzir dos pagamentos importâncias que, a qualquer título, lhe forem devidas pelo fornecedor em decorrência de inadimplemento das obrigações aqui assumidas, garantido à contratada o direito ao contraditório e da ampla defesa.

**24.15.** Os pagamentos efetuados após o prazo estipulado no contrato, desde que não provocado pela CONTRATADA, deverão contemplar atualização financeira, nos seguintes termos:

$$VM = VF \times (12) / 100 \times ND / 360$$

**Onde:**

VM = Valor da Multa Financeira.

VF = Valor da Nota Fiscal referente ao mês em atraso.

ND = Número de dias em atraso.

**24.16.** Se houver alguma incorreção na Nota Fiscal / Fatura, esta será devolvida à CONTRATADA para correção, ficando estabelecido que o prazo para pagamento será contado a partir da data de apresentação na nova Nota Fiscal/Fatura, sem qualquer ônus ou correção a ser paga pelo Município de Vitória.

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

- a) Percentual de desconto de \_\_\_\_ (xxxxx por cento), sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na Tabela Referencial de



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITORIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Espírito Santo, referentes a peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

**b)** Percentual de honorário de \_\_\_\_ (xxx por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

**c)** Percentual de honorário de \_\_\_\_ (xxx por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes aos serviços descritos abaixo:

**iv.** Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste.

**v.** À renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

**vi.** À reimpressão de peças publicitárias.

**24.18.** Despesas com o deslocamento de profissionais da CONTRATADA ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.

**24.19.** A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao futuro Contrato.

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



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

## **24.21 DESCONTO DE AGÊNCIA**

**24.21.1.** Além da remuneração prevista nesta Cláusula, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência, calculado sobre os preços de tabela ou sobre os preços acertados para a veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois, a ser concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65 e com o art. 11 do Regulamento da Lei nº 4.680/65, aprovado pelo Decreto nº 57.690/66 e alterado pelo decreto nº 4.563/2002.

## **24.22 DIREITOS AUTORAIS**

**24.22.1.** O valor dessa cessão é considerado incluso nas modalidades de remuneração definidas nesta Cláusula e abrange todos os direitos de titularidade da CONTRATADA.

**24.22.2.** A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, após a vigência deste Contrato, com ou sem eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA.

**24.22.3.** Em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, a CONTRATADA solicitará de cada contratado 02 (dois) orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que CONTRATANTE escolha uma das opções.

**24.22.4.** Nos casos de cessão por tempo limitado, a CONTRATADA condicionará a contratação do serviço por período mínimo de 12 (doze) meses e utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.

**24.22.5.** 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, a produção e a direção, a composição, o arranjo e a execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados;

**b)** estabeleçam que a CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações,



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

durante a vigência deste Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

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

**24.22.7.** 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.

**24.22.8.** A critério da CONTRATANTE poderá esta aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos, dentre eles o Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor e sociedades integrantes do Poder Executivo Federal. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente ao CONTRATANTE.

Vitória, 01 de Setembro de 2023

**Raquel Zippinotte Vionet Leão**  
Elaboradora do Termo de Referência  
Matrícula: 636815  
Gerente de Proteção e Defesa do Consumidor  
**SEMCID/GPDC**

**Raquel Zippinotte Vionet Leão**  
Gestor do Contrato  
Matrícula: 636815  
Gerente de Proteção e Defesa do Consumidor  
**SEMCID/GPDC**



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITORIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

Aprovo o presente Termo de Referência e autorizo a realização da licitação na modalidade Concorrência - tipo Melhor Técnica.

**Marcello Pinto Rodrigues**  
**Presidente do Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor**



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITORIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

## **ANEXO I “BRIEFING”**

### **BRIEFING PARA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

O presente briefing tem como objetivo orientar a elaboração das propostas das agências de Publicidade e Propaganda que manifestem interesse em participar do processo licitatório promovido pelo Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor para contratação de agências de Publicidade e Propaganda para atendimento às demandas de ações de comunicação da Prefeitura.

### **INFORMAÇÕES BÁSICAS**

O PROCON Municipal de Vitória é gerência permanente e pertencente à estrutura da administração pública direta, estando vinculado à Secretaria Municipal de Cidadania, Direitos Humanos e Trabalho e tem como objetivo promover e desenvolver uma política de proteção e defesa dos consumidores, baseada na educação para o consumo consciente e sustentável, buscando garantir o equilíbrio nas relações entre fornecedor e consumidor. Suas atribuições são garantir melhor qualidade de produtos e serviços, coibindo fraudes e abusos contra as relações de consumo. O PROCON esclarece, conscientiza, educa e informa os cidadãos sobre seus direitos e deveres enquanto consumidores.

O atendimento por nós prestado consiste em buscar prevenir ou solucionar de forma tão mais amigável quanto possível as intercorrências ocorridas em relações de consumo que possam violar o sistema de defesa do consumidor. Em 2021 o Procon Municipal de Vitória realizou 8749 atendimentos e em 2022, 6.384 atendimentos sendo este número o somatório das demandas recebidas através do aplicativo do Procon Vitória e do comparecimento dos consumidores a Casa do Cidadão onde o órgão está sediado.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITORIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

## **CONTEXTO**

O Programa PROCON PARA TODOS reúne um conjunto de projetos e ações de promoção e defesa do consumidor, fundamentado na ideia de uma sociedade que consome com consciência, responsabilidade e sustentabilidade, além de estar pautado no Código de Defesa do Consumidor. Trata-se de um Programa do PROCON Municipal de Vitória, vinculado à Secretaria de Cidadania, Direitos Humanos e Trabalho da Prefeitura Municipal de Vitória, a ser desenvolvido ao longo dos 04 anos da Gestão do Prefeito Lorenzo Pazolini, 2021-2024.

O direito do consumidor está inserido no capítulo constitucional que trata dos direitos e deveres individuais e coletivos, mais especificamente no Art. 5º, que garante o direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade. Sob essa ótica o PROCON Municipal deve ser instrumento de cidadania, ultrapassando a mera expectativa jurídica e alcançando uma função social.

Numa administração democrático-popular, a Comunicação Social, mais que visibilidade, é estratégia, no sentido de manter abertos todos os canais entre a população e a administração, tendo por eixo a comunicação como política pública, que mais que um dever do Estado, seja um direito do cidadão. Daí se impor uma Comunicação centrada nas pessoas da cidade, de forma pluralista e horizontal, simples e profissional, que se utilize de todos os instrumentos técnicos e tecnológicos disponíveis, sejam midiáticos ou de relações comunitárias; comerciais e/ou alternativos.

Nesse sentido, é possível afirmar que para o Procon Municipal de Vitória, a comunicação eficaz é um pilar fundamental, pois permite que a população tenha conhecimento dos atos praticados e dos direitos defendidos pelo órgão. A transparência e a clareza na divulgação das ações são essenciais para promover a confiança dos cidadãos e fomentar a participação ativa na defesa de seus direitos enquanto consumidores, que só é garantida a partir de uma de campanhas informativas e canais de comunicação acessíveis que permitam



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITORIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

tornar evidente, a população, sobre seus direitos, deveres e as medidas tomadas para garantir a justiça nas relações de consumo.

A divulgação de informações sobre reclamações, denúncias, resolução de conflitos e orientações ao consumidor é um meio de empoderar a sociedade e consolidar a credibilidade do PROCON Municipal de Vitória o que torna a comunicação, instrumento poderoso para o relacionamento com o público e assegurar que todos possam usufruir de seus direitos de maneira justa e equitativa.

## **DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO**

A expectativa é que as agências participantes do certame possam criar e apresentar uma campanha institucional que apresente à população a relevância do Procon Vitória na proteção do direito do consumidor, de forma a aproximar a população e garantir que a partir da informação ela busque os seus direitos, cientes de que possuirão plena atuação do Poder Executivo em sua defesa.

Nessa esteira, a comunicação é uma valiosa ferramenta para integração da sociedade, pois as mensagens veiculadas das mais diferentes formas têm o condão de levar informação e, muito mais que isso, levar melhoria para a vida das pessoas. Para tanto, as estratégias de comunicação precisam ser modernas, abrangentes e complementares, do ponto de vista de plataformas, conteúdos, mídias, mensagens, etc. A estratégia de comunicação precisa ser bem definida e assertiva, tornando a comunicação sinérgica e integrada afim atingir o maior alcance possível.

## **OBJETIVOS**

O objetivo da proposta de comunicação é promover a conscientização e informação do consumidor a respeito de seus direitos, trazendo esse aspecto como um direito humano fundamental, baseando-se na ética dos direitos humanos nas relações de consumo, na educação para o consumo consciente,



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

responsável e sustentável. Busca-se informar, educar e conscientizar a população sobre seus direitos e deveres como consumidores, além de promover a transparência, qualidade nos serviços públicos e a participação ativa da sociedade na defesa dos direitos do consumidor.

## **PÚBLICO DE INTERESSE**

O público da proposta de comunicação são os munícipes de Vitória, em geral, incluindo todas as faixas etárias, gêneros e etnias, visando garantir que todos os cidadãos estejam suficientemente educados e informados para tomar decisões de consumo conscientes, com foco na disseminação de informações sobre direitos do consumidor, consumo consciente, educação financeira e demais temáticas relacionadas ao âmbito do Procon Municipal.

## **ESTRUTURA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO**

No que toca a estruturação do projeto de comunicação, este deve ser estruturado e apresentado segundo os critérios estabelecidos no edital de licitação e pelo briefing, a saber:

- a) Planejamento da campanha: explicar desde o raciocínio básico até a elaboração das estratégias de comunicação, incluindo estratégias voltadas para o meio on-line e off-line;
- b) Ações de comunicação: apresentar as ações de comunicação propostas em detalhe;
- c) Plano de mídia deve apresentar o planejamento de mídia estruturado, levando em conta o público-alvo, os índices de audiência, periodicidade e abrangência dos veículos de comunicação. O plano deverá ter abrangência conforme cada objetivo, sendo no mínimo atendida a abrangência municipal. Ainda deverá distribuir a verba disponível para cada campanha e por peça, por meio de trabalho, por veículo e por veículo de comunicação;



**PREFEITURA MUNICIPAL DE VITORIA**  
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO  
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

d) A ideia criativa deverá ser apresentada acentuando o público-alvo e sua aplicação nos formatos e meios de trabalhados;

### **RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO DA PREFEITURA DE VITÓRIA**

A prefeitura de Vitória possui os seguintes recursos próprios de comunicação: site ([www.vitoria.es.gov.br/](http://www.vitoria.es.gov.br/)), redes sociais (Facebook, Instagram e YouTube), protetores de tela dos computadores e notebooks da administração, mural de avisos nas secretarias.

### **PREÇO REFERENCIAL**

Tabela Sinapro, vigente na data de publicação do edital

### **ESTIMATIVAS DE VALORES E PERÍODO DE CAMPANHA**

R\$1.000.000,00 (Um milhão de reais) para uma campanha de 30 dias.

O documento foi adicionado eletronicamente por RAQUEL ZIPPINOTTE VIONET LEAO, CPF: \*\*\*.\*67.367-\*\* em 20/11/2023 16:47:02. Para verificar a autenticidade do documento, vá ao site <https://protocolo.vitoria.es.gov.br/validacao/> e utilize o código abaixo: 7F8556DC-59D9-48C1-96D3-F87F66B8138F