

TERMO DE REFERÊNCIA CONSOLIDADO

1. OBJETO:

CONTRATAÇÃO DE 02 (DUAS) AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA A PREFEITURA DE CAUCAIA/CE.

2. DOS SERVIÇOS:

ITEM	DESCRIÇÃO	QUANT.	UNDE
01	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL	12	MÊS

Os serviços deverão ser prestados conforme *BRIEFING* (Anexo deste Termo de Referência) às seguintes unidades administrativas, limitados aos valores estimados abaixo:

GABINETE DO PREFEITO - R\$ 1.000.000,00 (UM MILHÃO DE REAIS)
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO - R\$ 2.500.000,00 (DOIS MILHÕES E QUINHENTOS MIL REAIS)
SECRETARIA DE SAÚDE - R\$ 1.000.000,00 (UM MILHÃO DE REAIS)
SECRETARIA DE INFRAESTRUTURA - R\$ 1.000.000,00 (UM MILHÃO DE REAIS)
SECRETARIA DE TURISMO E CULTURA - R\$ 800.000,00 (OITOCENTOS MIL REAIS)
SECRETARIA DE FINANÇAS, PLANEJAMENTO E ORÇAMENTO - R\$ 600.000,00 (SEISCENTOS MIL REAIS)
SECRETARIA DE PLANEJAMENTO URBANO E AMBIENTAL - R\$ 350.000,00 (TREZENTOS E CINQUENTA MIL REAIS)
SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL E TRABALHO - R\$ 300.000,00 (TREZENTOS MIL REAIS)
SECRETARIA DE PATRIMÔNIO E TRANSPORTE - R\$ 250.000,00 (DUZENTOS E CINQUENTA MIL REAIS)
AUTARQUIA MUNICIPAL DE TRÂNSITO - R\$ 200.000,00 (DUZENTOS MIL REAIS)

3. DAS DOTAÇÕES ORÇAMENTÁRIAS:

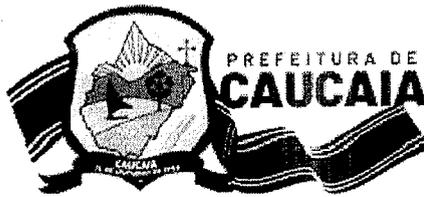
Os serviços/produtos serão pagos com recursos oriundos do Tesouro Municipal serão empenhados à conta das seguintes Dotações Orçamentárias:

UNIDADE ORÇAMENTARIA: 02.01 - Gabinete do Prefeito

DOTAÇÃO ORÇAMENTARIA: 04.131.0161.2.304.0000 - PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO DAS POLÍTICAS PÚBLICAS DO GOVERNO
ELEMENTO DE DESPESAS: 3.390.39.00
FONTE DE RECURSOS: 1001.0000.00 - Recursos Ordinários

UNIDADE ORÇAMENTARIA: 08.21 - Fundo Municipal de Educação

DOTAÇÃO ORÇAMENTARIA: 12.122.0161.2.067.0000 - APOIO ADMINISTRATIVO A SECRETARIA DE EDUCACAO
ELEMENTO DE DESPESAS : 3.390.39.00



FONTE DE RECURSOS : 1.111.0000.00 - Receitas de Impostos e de Transferência de Impostos - Educação 25%

UNIDADE ORÇAMENTARIA: 06.21 - Fundo Municipal de Saúde

DOTAÇÃO ORÇAMENTARIA: 10.122.0161.2.022.0000 - APOIO ADMINISTRATIVO A SECRETARIA DE SAUDE

ELEMENTO DE DESPESAS : 3.390.39.00

FONTE DE RECURSOS : 1.211.0000.00 - Receitas de Impostos e de Transferência de Impostos - Saúde

UNIDADE ORÇAMENTARIA: 09.01 - Secretaria de Infraestrutura

DOTAÇÃO ORÇAMENTARIA: 04.122.0200.2.100.0000 - APOIO ADMINISTRATIVO DA SECRETARIA E GESTÃO DO PROGRAMA DE INFRAESTRUTURA INTEGRADA DE CAUCAIA/CE

ELEMENTO DE DESPESAS : 3.390.39.00

FONTE DE RECURSOS : 1001.0000.00 - Recursos Ordinários

UNIDADE ORÇAMENTARIA: 32.01 - Secretaria do Turismo e Cultura

DOTAÇÃO ORÇAMENTARIA: 24.131.0095.2.293.0000 - PROGRAMA DE DIVULGAÇÃO DAS POLÍTICAS PÚBLICAS SETCULT

ELEMENTO DE DESPESAS : 3.390.39.00

FONTE DE RECURSOS : 1001.0000.00 - Recursos Ordinários

UNIDADE ORÇAMENTARIA: 05.02 - Fundo Especial de Administração Fazendária - FEAF

DOTAÇÃO ORÇAMENTARIA: 04.122.0161.2.942.0000 - GERENCIAMENTO ADMINISTRATIVO E ESTRATÉGICO DAS AÇÕES DO FEAF

ELEMENTO DE DESPESAS : 3.390.39.00

FONTE DE RECURSOS : 1001.0000.00 - Recursos Ordinários

UNIDADE ORÇAMENTARIA: 27.01 - Secretaria de Planejamento Urbano e Ambiental

DOTAÇÃO ORÇAMENTARIA: 04.122.0161.2.245.0000 - APOIO ADMINISTRATIVO SECRETARIA DE PLANEJAMENTO URBANO E AMBIENTAL

ELEMENTO DE DESPESAS : 3.390.39.00

FONTE DE RECURSOS : 1001.0000.00 - Recursos Ordinários

UNIDADE ORÇAMENTARIA: 07.01 - Secretaria de Desenvolvimento Social e Trabalho

DOTAÇÃO ORÇAMENTARIA: 08.122.0161.2.354.0000 - APOIO ADMINISTRATIVO A SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL

ELEMENTO DE DESPESAS : 3.390.39.00

FONTE DE RECURSOS : 1001.0000.00 - Recursos Ordinários

UNIDADE ORÇAMENTARIA: 26.01 - Secretaria de Patrimônio e Transporte

DOTAÇÃO ORÇAMENTARIA: 04.122.0161.2.218.0000 - APOIO ADMINISTRATIVO A SPSPTANS

ELEMENTO DE DESPESAS : 3.390.39.00

FONTE DE RECURSOS : 1001.0000.00 - Recursos Ordinários

UNIDADE ORÇAMENTARIA: 35.01 - Autarquia Municipal de Trânsito

DOTAÇÃO ORÇAMENTARIA: 04.122.0161.2.170.0000 - APOIO ADMINISTRATIVO A AUTARQUIA MUNICIPAL DE TRÂNSITO

ELEMENTO DE DESPESAS : 3.390.39.00

FONTE DE RECURSOS : 1001.0000.00 - Recursos Ordinários

4. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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



Quesitos	Subquesitos
Plano de Comunicação Publicitária	
	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
Capacidade de Atendimento	
Repertório	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

4.2. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

- ✓ em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- ✓ capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, ambas em branco;
- ✓ conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato;
- ✓ com espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir da borda;
- ✓ sem recuos nos títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subseqüentes;
- ✓ com textos justificados;
- ✓ com espaçamento simples entre as linhas;
- ✓ alinhamento justificado do texto;
- ✓ com texto e numeração de páginas em fonte "arial", estilo "normal", cor "automático", tamanho "12 pontos", observado o disposto nos subitens 4.2.1, 4.2.3;
- ✓ com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, em algarismos arábicos, a partir do canto inferior direito da primeira página interna;
- ✓ acondicionado no invólucro nº 1 a ser fornecido pela Comissão Permanente de Licitação - CPL;
- ✓ sem identificação da licitante.

4.2.1. As especificações do subitem 4.2 não se aplicam às peças e material de que trata a alínea 'b' do subitem 4.3.3 e à indicação prevista no subitem 4.3.3.3.5.

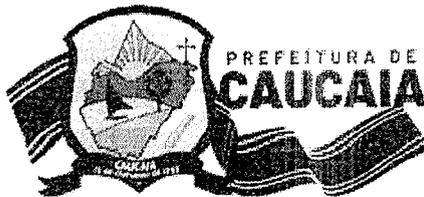
4.2.2. Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e ou tabelas;

4.2.2.1. Os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;

4.2.2.2. Os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte 'arial', estilo 'normal', cor 'automático', tamanho "10 pontos";

4.2.2.3. Os gráficos e tabelas desses dois subquesitos, poderão ser apresentados em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 4.2.6, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

4.2.3. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes, tamanhos de fonte e formato (orientação paisagem) habitualmente utilizados nesses documentos, sem limitações nas margens e poderão ser editados em cores.



4.2.4. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa, serão apresentados soltos, separadamente do caderno de que trata o subitem 4.2.

4.2.4.1. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto no Edital.

4.2.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

4.2.6. Os **textos do Raciocínio Básico e da Estratégia de Comunicação Publicitária** estão limitados, no conjunto, a **10 (dez)** páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

4.2.7. **A Ideia Criativa e os textos, tabelas e planilhas da Estratégia de Mídia e Não Mídia** não têm limitação quanto ao número de páginas.

4.2.8. Para fins desta Concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

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

4.2.9.1. Não há necessidade de lançar nessas páginas os subitens do Edital a que correspondem o quesito e seus subquestos nem os textos expressos nesses subitens.

4.2.9.2. Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 4.2, no que couber.

4.3. O **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada** - composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no **Briefing**, observadas as seguintes disposições:

4.3.1. Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da **Prefeitura de Caucaia**, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação a ser enfrentado, expresso no Briefing;

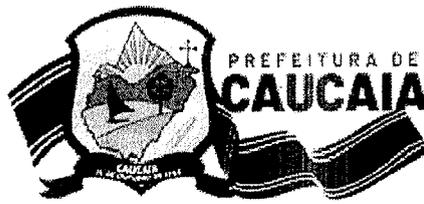
4.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o desafio de comunicação a ser enfrentado, expresso no Briefing, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

4.3.3. Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, com comentários sobre cada peça e ou material.



b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

4.3.3.1. Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 4.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

4.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado "fisicamente", conforme estabelecido na alínea 'b' do subitem 4.3.3 e na alínea 'a' do subitem 4.3.3.3, a relação prevista na alínea 'a' do subitem 4.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

4.3.3.3. Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 4.3.3:

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

b) podem ser apresentados sob a forma de:

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

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

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

c) só serão aceitos exemplos finalizados em caso de não mídia;

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

4.3.3.3.2. Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, 'monstro' internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 4.3.3

4.3.3.3.3. Os *story-boards* animados ou *animatics* e os protótipos ou 'monstros' poderão ser apresentados **em pen-drive**, executáveis em computadores pessoais e acondicionados em caixas sem qualquer identificação, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

4.3.3.3.4. Os protótipos ou 'monstros' de peças para a internet devem ser produzidos em pdf.

4.3.3.3.5. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou *pass-partout*, observado o disposto no subitem 4.2.4.1. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

4.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea 'a' do subitem 4.3.3.3. devem ser observadas as seguintes regras:

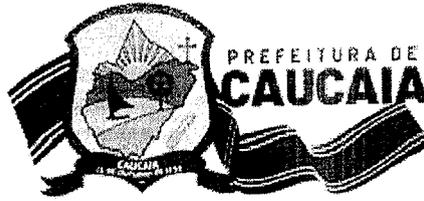
a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

c) peça sequencial para qualquer meio - a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior - outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de fingers, entre outros - será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;

d) um hotsite e todas as suas páginas serão considerados uma peça;

e) um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;



- f) um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- g) um hotsite cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado uma peça.

4.3.3.4.1. Na apresentação de proposta de hotsite a que se refere a alínea 'g' do subitem 4.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

4.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

a) **Defesa da Mídia e Não Mídia** - apresentação dos objetivos e da defesa técnica das soluções de Mídia e Não Mídia propostas, contendo:

I - Estratégia de Mídia e Não Mídia – definição dos meios apropriados para o alcance dos objetivos de mídia e não mídia, levando-se em conta as características da ação publicitária e da verba referencial estabelecida no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

II – Tática de Mídia e Não Mídia – detalhamento da forma como a estratégia de mídia será executada, contemplando os critérios técnicos de programação dos veículos de comunicação ou de divulgação e de definição dos respectivos investimentos, as justificativas dos formatos, a defesa da programação e a justificativa dos períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

b) **Plano de Mídia e Não Mídia** – composto por planilhas de programação de inserções, com o detalhamento das veiculações sugeridas, contendo os valores por veículos de comunicação ou de divulgação, formatos, períodos de veiculação, quantidade das inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos, simulação da programação e demais informações que a licitante considerar relevantes;

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

4.3.4.1. Todas as peças e material que integrem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 4.3.3 deverão constar dessa simulação.

4.3.4.2. Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

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

4.3.4.3. Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de **tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação:**



- b) deve ser **desconsiderado** o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
- c) devem ser **desconsiderados** os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

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

Capacidade de Atendimento

4.5. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a **Capacidade de Atendimento no Invólucro nº 3**, com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

4.5.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 4.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

4.5.2. Os documentos e informações, não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

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

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

Repertório

4.7. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório, com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.



4.7.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 4.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

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

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

4.8. O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

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

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

4.8.1.2. Peças eletrônicas deverão ser **fornecidas em pendrive.**

4.8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

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

4.8.1.3.2. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 4.8.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea 'c' do subitem 5.3.1.

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

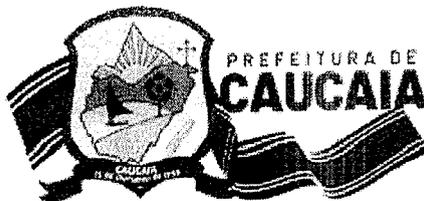
4.8.2. As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pela **Prefeitura de Caucaia.**

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

4.9. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna rubricada e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, e pelo cliente, devidamente identificados.

4.9.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 4.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 4.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

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



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

4.10.1. As propostas de que trata o subitem 4.10 devem ter sido implementadas a **partir de 01.01.2016**.

4.10.2. Se a licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista na alínea 'd' do subitem 5.3.1.

4.10.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pela **Prefeitura de Caucaia** anteriormente.

4.10.3.1. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. O relato devem estar rubricadas pelo autor do referendo e pelo cliente.

4.10.4. É permitida a inclusão de até **5 (cinco) peças** e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

I - as peças eletrônicas deverão ser **fornecidas em pendrive**.

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 4.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

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

5. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

5.1. A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital e em seus anexos.

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

5.2.1. Plano de Comunicação Publicitária

5.2.1.1. Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

a) das funções e do papel da **Prefeitura de Caucaia** nos contextos social, político e econômico;

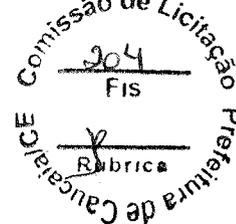
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da **Prefeitura de Caucaia** com seus públicos;

c) das características da **Prefeitura de Caucaia** e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;

e) do desafio de comunicação, expresso no Briefing, a ser enfrentado pela **Prefeitura de Caucaia**;

f) das necessidades de comunicação da **Prefeitura de Caucaia** para enfrentar esse desafio.



5.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da comunicação da **Prefeitura de Caucaia**;

b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;

c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da **Prefeitura de Caucaia** com seus públicos;

a) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da **Prefeitura de Caucaia**;

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

f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a **Prefeitura de Caucaia**, o mercado no qual se insere, o problema específico de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ela desejadas e a verba disponível.

5.2.1.3. Ideia Criativa

a) sua adequação ao desafio de comunicação da **Prefeitura de Caucaia**;

b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;

c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;

d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

g) sua pertinência às atividades da **Prefeitura de Caucaia** e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;

h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados.

i) a exequibilidade das peças e ou do material;

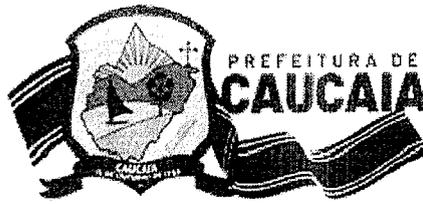
j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

5.2.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia

a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;

b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;



d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da **Prefeitura de Caucaia**;

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;

f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

5.2.2. Capacidade de Atendimento

a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;

b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;

c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da **Prefeitura de Caucaia**;

d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

e) a operacionalidade do relacionamento entre a **Prefeitura de Caucaia** e a licitante, esquematizado na proposta;

f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, dos públicos e das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da **Prefeitura de Caucaia**, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

5.2.3. Repertório

a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;

b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;

c) a clareza da exposição das informações prestadas.

5.2.4. Relato de Soluções de Problemas de Comunicação

a) a evidência de planejamento publicitário;

b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

c) a relevância dos resultados apresentados;

d) a concatenação lógica da exposição.

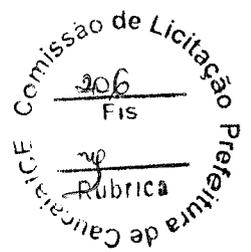
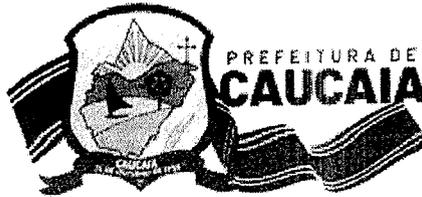
5.3. A **nota da Proposta Técnica** está limitada ao **máximo de 100 (cem) pontos** e será apurada segundo a metodologia a seguir.

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

a. **Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)**

a1) Raciocínio Básico: 10 (dez)

a2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)



- a3) Ideia Criativa: 25 (vinte e cinco)
- a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 (dez)

- b) Capacidade de Atendimento: 15 (dez)
- c) Repertório: 10 (dez)
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez).

5.3.2. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

5.3.2.1. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos no Edital.

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

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

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

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

- a) não atender às exigências do Edital e de seus anexos;
- b) não alcançar, no total, a **nota mínima de 70 (setenta) pontos**;
- c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 5.2.1.1 a 5.2.1.4 e 5.2.2. a 5.2.4.

5.5. Em caso de empate será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 5.2.1, 5.2.2, 5.2.3 e 5.2.4.

5.6. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada na forma do Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

6. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

6.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

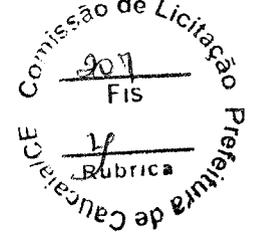
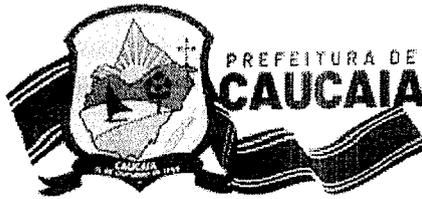
a) apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;

b) datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 6.2 e 6.3, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;

c) elaborada em dois documentos distintos, descritos nos subitens 6.2 e 6.3.

6.2. Planilha de Preços Sujeitos a Valoração

6.3. Declaração na qual:



a) estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pela **Prefeitura de Caucaia**:

a1) aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado: ____% (_____);

a2) aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado: ____% (_____);

b1) comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo a **Prefeitura de Caucaia** as vantagens obtidas;

b2) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima da minuta de contrato.

6.3.1. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

6.3.2. Tratará da questão dos direitos autorais, estabelecendo:

6.3.2.1. A cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas demais materiais publicitários de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato;

6.3.2.2. O compromisso de em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado dois orçamentos para a execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que o órgão interessado da Prefeitura de Caucaia escolha uma das alternativas;

6.3.2.3. Que nos casos de cessão de direitos por tempo limitado condicionará a contratação de serviços com terceiros pelo período indicado pelo órgão interessado da Prefeitura de Caucaia e que utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão;

6.3.2.4. O compromisso de quando o órgão interessado da Prefeitura de Caucaia optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção e peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas que:

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

6.3.2.4.2. Estabeleçam que o órgão interessado da Prefeitura de Caucaia, poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após o seu término ou eventual rescisão, em que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

6.3.2.5. Que considerará como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado ou total e definitiva;



6.3.2.6. O compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, ou de cessão de direitos de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peças e os de cessão dos demais direitos;

6.3.2.7. O compromisso de fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e outras, que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

6.3.2.7.1. Que ao órgão interessado da Prefeitura de Caucaia serão entregues duas cópias, uma em HD Externo e outra em DVD, de todo o material produzido;

6.3.2.7.2. A cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material ao órgão interessado da Prefeitura de Caucaia, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato a ser firmado e mesmo após o seu término ou eventual rescisão, sem que caiba ao órgão interessado da Prefeitura de Caucaia qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;

6.3.2.7.3. Que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção;

6.3.2.8. O compromisso de sempre negociar as melhores condições de preço para os direitos de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias da **Prefeitura de Caucaia**.

6.3.3. Garantirá à transferência à **Prefeitura de Caucaia** de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores;

6.4. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

7. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

7.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

7.2 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

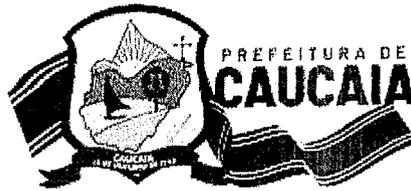
7.3 Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o **Anexo III**, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, **não será aceito:**

- a) desconto inferior a 25% (vinte e cinco por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Publicidade e Propaganda do Ceará, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;
- b) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços externos de produção; sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e sobre formas inovadoras de comunicação publicitária;

7.4 A nota da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir:

7.4.1 A Comissão Permanente Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme as seguintes tabelas:

- a) Percentual de honorários sobre (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e



de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, fixados nos limites estabelecidos no quesito 7.3.b):

Pontos	Percentual de honorários
20	10% ou abaixo de 10%
15	De 11% a 12%
12	De 13% a 14%
10	De 13% a 14%
05	15%

b) Desconto sobre a Tabela de Custos Internos da Associação Brasileira de Agências de Publicidade – Sindicato das Agências de Publicidade e Propaganda do Ceará que estiver em vigor, fixados nos limites estabelecidos no quesito 7.3.a):

Pontos	Desconto sobre a tabela de custos internos
20	30% ou acima de 30%
15	25%
12	20%
10	15%
05	10%

7.4.2 A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma dos pontos obtidos nos quesitos constantes das tabelas referida no subitem 7.4.1 a e b.

7.4.3 A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

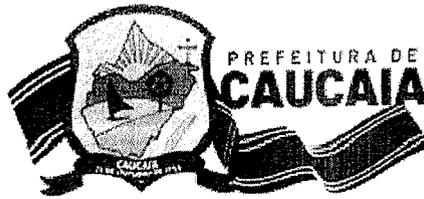
7.4.3.1 Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:

- o maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante;
- o menor percentual de honorários incidente sobre os serviços externos de produção; sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e sobre formas inovadoras de comunicação publicitária

8. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

8.1. O julgamento final das Propostas Técnica e de Preços desta Concorrência será feito de acordo com o rito previsto no art.40, § 1º na Lei nº 8.666/1993 para o tipo Melhor Técnica.

8.2. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas as duas licitantes que obtiverem as maiores nota no julgamento da Proposta Técnica – observado o disposto nos subitens 5.5 e 5.6 deste Termo de Referência – e que tiverem apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as Propostas de Preços apresentadas pelas licitantes classificadas;



8.3. No caso de impasse na negociação prevista no subitem 8.2, procedimento idêntico será adotado, sucessivamente, com os demais proponentes, respeitada a ordem de classificação das propostas técnicas, até a consecução de acordo para a contratação.

Integram este Termo de Referência os seguintes anexos:

- a) Anexo I: **Briefing;**
- b) Anexo II: **Minuta de Contrato;**
- c) Anexo III: **Planilha de Preços Sujeitos a Valoração;**

Os assuntos referentes às formas de pagamento, obrigações das partes (contratada e contratante), fiscalização e detalhamento dos serviços, encontram-se na Minuta do Contrato, Anexo II deste Termo de Referência.

Caucaia/CE, 09 de novembro de 2021.



Emerson Diniz Lima
Ordenador de Despesas da Secretaria de Saúde



Vania Ribeiro Cavalcante
Ordenadora de Despesas da Secretaria de Turismo e Cultura



Gerusia Magna Medeiros Procópio
Ordenadora de Despesas da Secretaria de Desenvolvimento Social e Trabalho



Eridan de Paulo Mendes Santana
Ordenadora de Despesas da Secretaria de Educação



Robson Vieira de Moura
Ordenador de Despesas da Secretaria de Infraestrutura



Joana Mariana Alencar de Medeiros
Ordenadora de Despesas do Gabinete do Prefeito



George Veras Bandeira
Secretário de Finanças, Planejamento e Orçamento



Naboth Elias de Castro
Ordenador de Despesas da Secretaria de Patrimônio e Transporte



Marcela Napoleão Gouveia Albuquerque
Ordenadora de Despesas da Secretaria de Planejamento Urbano e Ambiental



Bruno Viana de Almeida
Ordenador de Despesas da Autarquia Municipal de Trânsito



ANEXO I DO TERMO DE REFERÊNCIA CONSOLIDADO

BRIEFING CAUCAIA

Contextos sociais, políticos e econômicos

1. Aspectos territoriais e demográficos:

Situado no litoral oeste da Região Metropolitana de Fortaleza, a 17,9 km da capital do Estado, o **Município de Caucaia/CE** tem 1.228,5 km². O extenso território formado por planícies litorâneas, tabuleiros, depressões sertanejas e dunas móveis e fixas é limitado ao norte pelo oceano atlântico e o município de São Gonçalo do Amarante; ao sul pelo município de Maranguape; a leste, também por Maranguape, Maracanaú e Fortaleza e a oeste pelos municípios de São Gonçalo do Amarante, Pentecoste e Maranguape.

Em meio a essas terras pontilhadas por vegetação litorânea, de cerrado e caatinga e um clima tropical com temperatura média de 28° vivem e trabalham em 8 distritos – Caucaia (sede), Bom Princípio, Catuana, Guararu, Jurema, Mirambé, Sítios Novos e Tucundubá - 353.932 habitantes, densidade demográfica de 264,91 (hab./km²). Segundo perfil do município elaborado pelo Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE) a população total de Caucaia, em 2000, era de 250.479 habitantes. Uma década depois, em 2010, o contingente populacional alcançou 325.441 (IBGE, 2010) pessoas: 159.598 homens, 165.843 mulheres. Hoje, com mais de 200 mil eleitores, Caucaia foi o único município do Ceará, além de Fortaleza, a ter segundo turno nas eleições municipais e no último pleito elegeu Vitor Valim o seu atual prefeito.

A taxa geométrica de crescimento anual da população (%) nos períodos 1980/91, 1991/2000 e 2010 foi respectivamente de 5,24, 4,74 e 2,65 com os seguintes índices percentuais na zona urbana: 6,56 (1991); 4,85 (2000) e 2,53 (2010); e na zona rural - 1,55 (1991); 3,76 (2000) e 3,74 (2010). O quociente entre “população dependente”, isto é, pessoas menores de 15 anos e com 65 anos ou mais de idade e a população potencialmente ativa, representada por pessoas com idade entre 15 e 64 anos era de 76,69 (1991); 60,45 (2000) e 47,96 (2010). A participação por faixa etária nos grandes grupos populacionais estava assim configurada: Entre 0 e 14 anos – 40,15 (1991); 60,45 (2000) e 27,28 (2010); de 15 a 64 anos – 56,60 (1991); 3,72 (2000) e 67,59 (2010); 65 anos e mais: 76,69 (1991, 60,45 (2000) e 47,96 (2010).

Segundo os censos demográficos de 2000/2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) a população recenseada, por sexo, de acordo os grupos de idade era mais numerosa em 2000 entre os indivíduos de 0 a 4 anos – 30.739; e de 5 a 9 anos – 30.003 e em 2010 nas faixas de idade de 10 a 14 anos – 34.407 e de 15 a 19 anos – 34.176. É essa força de trabalho emergente que a Prefeitura de Caucaia prepara agora e põe à disposição dos empreendedores.

2. Infraestrutura e meio ambiente:

As margens do oceano atlântico, Caucaia abriga na extremidade poente do seu território o Complexo Industrial e Portuário do Pecém com sua Zona de Processamento de Exportação (ZPE) e a siderúrgica, aprovada em certificações que atestam o aço de alta qualidade que produz. O porto, no vizinho município São Gonçalo do Amarante, é administrado em parceria com os profissionais vindos de Amsterdã, na Holanda, e recebe, embarca e desembarca cargas para o mundo. No retro porto há unidades industriais de diversos ramos, inclusive termoelétricas, e as dedicadas a construção de equipamentos para a geração de “energias limpas”, eólica e solar. Hoje, segundo a Junta Comercial do Ceará (Jucec) são 46.265 empresas ativas de pequeno, médio e grande porte gerando 22.081 empregos diretos segundo o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged). Atualmente, o potencial de energia eólica no território cearense é de 221 GW, sendo 94 GW onshore (em terra) e 117 GW offshore (no mar). Já o potencial de energia solar do Estado é de 643 GW.



Os modais de transporte rodoviário – BR 116 – Anel Viário, BR 222, CE 085 e CE 090, ruas e avenidas – e metroviário estão sendo remodelados e adequados as novas demandas. À malha viária local são adicionadas novas redes de água, drenagem e esgotamento sanitário realizadas com recursos advindos de um empréstimo internacional firmado com o Banco de Desenvolvimento da América Latina (CAF). De igual modo ganham outras dimensões os meios de comunicação com a ampliação do número de linhas telefônicas, pontos de acesso à internet e conexões de órgãos do Estado ao Cinturão Digital do Ceará (**CDC**). A rede de cabos de fibra ótica construída pelo Governo do Estado, permite a Caucaia conexão com a rede mundial de computadores assegurando Internet de alta qualidade. A tecnologia favorece a inovação e estimula a implantação de projetos nas áreas da telefonia, da TV Digital e muitos outros. A democratização dos benefícios estimula o ensino e a pesquisa com o programa "Internet para Todos", iniciativa do Governo Federal que leva Internet gratuita para as escolas, hospitais e postos de saúde e oferta conexão a preços baixos para toda a população.

3. Educação e Saúde:

O sistema educacional governamental conta com 135 escolas municipais com 50 anexos, 28 unidades estaduais e duas dedicadas ao ensino profissionalizante. Existem ainda 20 escolas particulares e o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (**IFCE**) oferta em seu campus de Caucaia, entre outros, os cursos integrados de metalurgia, petroquímica e eletroeletrônica que possibilitam ao aluno frequentar o ensino médio e o técnico ao mesmo tempo. Institutos, centros acadêmicos e outros estabelecimentos profissionalizantes, em parceria com a Prefeitura de Caucaia, disponibilizam outras 53 oportunidades de formação profissional.

Proporcionar a população, sobretudo a de baixa renda, saúde pública de qualidade é um dos maiores desafios. Em Caucaia a rede de saúde é integrada por um Hospital Geral, uma Maternidade, duas Unidades de Pronto Atendimento (**UPAs**), Tipo 3; uma Policlínica, 47 Unidades Básicas de Saúde (**UBS**); um Centro de Saúde do Homem; três Centros de Atenção Psicossocial (**CAPS**), sendo um **CAPS Geral**, um **CAPS AD** (Álcool e Drogas) e um **CAPS infantil** e dois Centros de Especialidades Odontológicas (**CEOs**), um Municipal e o outro Regional. O município também proporciona residência médica assim distribuída: dez R2 e quatro R1 em Medicina da Família e Comunidade; seis em Psiquiatria e 14 Multifuncionais. Complementa a rede com clínicas, laboratórios e outros serviços conveniados.

4. Indústria, comércio e serviços:

O município é agora apontado como o melhor do Estado e o décimo melhor do Brasil para se investir no setor industrial segundo a pesquisa "Melhores Cidades para Fazer Negócios 2.0.", realizada pela Urban Systems e publicada em dezembro passado. Caucaia concorria com 325 municípios brasileiros com população superior a 100 mil habitantes. David Guimarães, pesquisador do Observatório da Indústria da Federação das Indústrias do Estado do Ceará (FIEC), aponta três fatores que explicam a atratividade da cidade para negócios industriais.

A proximidade com Fortaleza, cuja estrutura educacional contribui para uma oferta de capital humano consideravelmente qualificada. A cidade registra também uma menor desigualdade na comparação com o Estado, o que fornece uma oportunidade de mercado consumidor e a dinamização da economia local. Por fim, cerca de 25% do PIB municipal é do setor industrial e concentrado em setores de maior valor agregado.

Guimarães acredita que as revelações da pesquisa podem dinamizar as parcerias com as esferas públicas e privadas. Seja a partir de incrementos na estrutura educacional, por meio da atração de setores específicos para internalização de segmentos produtivos ou a partir de iniciativas entre universidades-empresas na promoção de processos de inovação e aumento de valor agregado.

Divulgada desde 2014, a metodologia da pesquisa considerava para a elaboração do ranking quatro eixos: desenvolvimento econômico, desenvolvimento social, capital humano e infraestrutura. Em 2020, com a pandemia da Covid-19, contemplou seis setores da economia: indústria, comércio, serviços,



educação, mercado imobiliário e agropecuária. Willian Rigon, responsável pelo trabalho, diz que apesar de cada município ter suas peculiaridades, há pontos em comum entre as melhores cidades para se fazer negócios. "É importante ter um ambiente favorável, uma mão de obra qualificada e uma gestão pública eficiente. São essas as características comuns às cidades melhor posicionadas", pontua.

FONTE: <https://sitebarra.com.br> citado por Washington Matos em <http://caucaia.ce.blospot.com/2021/02/melhor-do-estado-e-decima-nivel.html?m=1> e Zeudir Queiroz <https://jornaldosmunicipios/caucaia/melhor-do-estado-e-decima-a-nivel-nacional-caucaia-ce-se-destaca-no-setor-industrial/> Acesso em 07.02.2021.

A posição estratégica do município também o credencia como abrigo de comércio atacadista, já sediando vários centros de distribuição, e unidades varejistas de atividades e portes diversos, de shoppings a lojinhas de artigos esportivos e artesanato. O condomínio logístico "Cidade do Atacado", maior complexo empresarial da América Latina, o OFF Outlet Fashion, maior iniciativa dessa natureza nas regiões Norte e Nordeste, shopping, lojas e centros de distribuição sociedades empresariais. Por fim também floresce na sede e nos bairros mais populosos um polo de serviços ofertados por profissionais liberais de diferentes categorias que dinamiza e faz prosperar a economia.

O TURISMO

Em 2017, informa o Anuário do Ceará 2016-2017, a indústria representava 32,04%; serviços, 45,43% e a Agropecuária, 1,05%. Nesse contexto desponta como destaque o turismo. Entre a barra do rio Ceará, limite com Fortaleza, e o Complexo Industrial e Portuário do Pecém há um rosário de praias em que cada conta é uma joia. Some-se de pronto a beleza dos espaços ao oceano de água mornas, o vento forte e constante, propício aos esportes de prancha e vela, os pratos à base de frutos do mar, tão próprios da culinária praieira, e os diversificados meios de hospedagem.

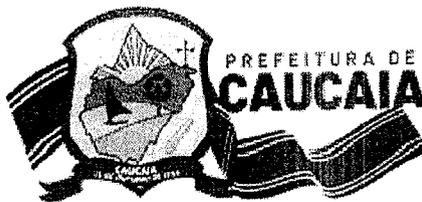
Turismo Esportivo e Cultural

O turismo esportivo e cultural atrai, encanta e gera trabalho e renda em Caucaia. No diversificado calendário é possível anotar eventos religiosos e cívicos, festas de colheita (juninas) e as competições esportivas locais, nacionais e internacionais, sobretudo as voltadas para os esportes de prancha e vela. O sol, o vento, o mar e as dunas convidam e motivam os passeios de buggy ou de jangada e a disputa do surf. A moda praia e a culinária oferecem cores vivas e inusitados sabores; o clima festivo e alegre é constante e a música e a dança animam todos os espaços. As áreas verdes das serras da Conceição, Juá e Camará, com suas trilhas e cachoeiras, e a caatinga no sertão, bioma único no mundo, favorecem e fortalecem o ecoturismo. A rede hoteleira oferta 3.816 leitos em 65 hotéis e pousadas. Os fluxos de turistas internacionais para o Ceará possibilitam identificar Portugal, França, Estados Unidos, Itália, Argentina e Alemanha como principais países emissoras e o Governo do Estado trabalha prospectando a atraindo o mercado asiático.

Os bens da cultura material e imaterial e a hospitalidade da gente caucaiana, descendente de brancos, negros e índios vão além. Fundada por missionários jesuítas com atuação na vila e freguesia desde o advento do governo do Marquês de Pombal, Caucaia guarda em suas igrejas, na antiga Casa da Câmara, em duas aldeias, oito comunidades quilombolas e nas famílias ciganas residentes na faixa litorânea (os primeiros ciganos a desembarcar no Brasil) seus tesouros do período colonial.

Praias, serras e sertões são irrecusáveis convites ao estudo, a pesquisa, ao descanso ou a aventura. Na beira das estradas é possível saborear comida preparada em fogão a lenha: galinha caipira, buchada, panelada, picadinho, tapioca com leite de coco e os pratos típicos à base de milho. Em sítios e fazendas dormir de rede, tomar leite mungido bem cedo nas porteiras dos currais, pescar tilápias nos espelhos d'água. Nas serras da Conceição, do Juá e na subida da Rajada caminhar sobre lajes de pedras dispostas séculos atrás. Ali há também uma Casa Grande e uma Senzala.

No território de Caucaia estão situadas as Áreas de Proteção Ambiental (APAs) do Estuário do Rio Ceará, do Lagamar do Cauípe, a Estação Ecológica do Pecém e o Parque Estadual Botânico do Ceará. Os patrimônios natural e cultural do município são protegidos pela Lei nº 2.559, de 16 de junho de



2014 que dispõe seu artigo 2º: “O patrimônio natural e cultural do Município de Caucaia é constituído pela paisagem natural característica, por bens móveis e imóveis, de natureza material ou imaterial, tombados, individualmente, ou em conjunto, existentes em seu território e cuja preservação seja de interesse público, dado o seu valor histórico, artístico, ecológico, bibliográfico, documental, religioso, folclórico, etnográfico, arqueológico, paleontológico, paisagístico, turístico ou científico

Turismo de Negócios

Incentivos ao Empreendedor - “Conceder incentivos às sociedades empresariais e às simples que venham a se instalar no Município, como também as já existentes, que se encontrem em fase de expansão, ou venham a se expandir...” O enunciado do art. 1º Lei Nº 2030, de 09 de julho de 2003, alterada pela Lei Nº 2.553, de 19 de maio de 2014, manifesta o firme propósito da Prefeitura de Caucaia de apoiar às empresas que desenvolvam prestação de serviços, nos ramos de:

- ✓ Turismo e hotelaria.
- ✓ Tecnologia da informação, pesquisas tecnológicas e científicas.
- ✓ Logística estruturante.
- ✓ Pesquisas científicas e formação profissional.

Os incentivos, concedidos a partir do preenchimento dos requisitos dispostos na Lei 2,553/2014, contemplam reduções de impostos – IPTU, ITBI – e dos valores das taxas dos alvarás de construção, de habite-se, de regularização, desmembramento, da carta de anuência emitida pela Secretaria responsável, e dos alvarás de funcionamento e sanitário. Tabelas dispostas no Anexo Único da referida lei estabelecem os critérios e a pontuação a serem atribuídas as empresas requerentes dos benefícios, a saber: número de empregados, faturamento, investimentos, setores e cadeias produtivas, localização geográfica, responsabilidade social e ambiental.

A campanha publicitária:

Objetivo geral: O desafio de comunicação publicitária proposto as licitantes consiste em promover a atração e o crescimento dos investimentos internos e externos através do Turismo, dinamizando a economia local, criando novas oportunidades de emprego e repartindo renda.

Aspectos a considerar:

- ✓ A posição do município de Caucaia nos contextos econômicos, políticos e sociais do Estado;
- ✓ As potencialidades do município capazes de atrair novos investimentos;
- ✓ Os incentivos, inclusive fiscais, para fortalecer empreendedores locais e atrair novos investidores;
- ✓ A promoção de parcerias públicas e privadas para favorecer um ambiente de negócios;
- ✓ A qualificação de mão de obra local.

Público alvo:

Perfil – Micros, pequenos médios e grandes empresários.

Praças e período: a critério da licitante.

Verba Referencial para a campanha exercício: R\$ 700.000,00 (setecentos mil reais)



Marca a ser utilizada na campanha:



Recursos Próprios de Comunicação:

- Instalações e equipamentos da Prefeitura de Caucaia.
- Site oficial na rede mundial de computadores.

Handwritten initials

Handwritten signature

Large handwritten signature

Handwritten initials

Handwritten initials

Handwritten signature

Handwritten initials



ANEXO II DO TERMO DE REFERÊNCIA CONSOLIDADO

MINUTA DE CONTRATO Nº _____

Contrato que entre si celebram a Prefeitura de Caucaia/CE e a _____, para prestação de serviços de publicidade.

CONTRATANTE:

Prefeitura de Caucaia/CE, CNPJ _____, com sede na _____ em _____-CE, CEP _____, representado pelo(a) _____, doravante denominado(a) CONTRATANTE, representado(a) pelo senhor (a) _____, brasileiro (a), Identidade nº _____, expedida pela _____ e CPF nº _____, residente em _____/_____, ao amparo da competência que lhe foi subdelegada pela Portaria nº _____ de _____ de _____ de 20____.

CONTRATADA:

_____, CNPJ nº _____, com sede _____, (endereço completo), CEP _____, doravante denominado(a) CONTRATADA, representado(a) por seu(sua) _____(cargo) _____, _____(nome) _____, brasileiro(a), Identidade nº _____, CPF nº _____, domiciliado(a) _____(domicílio do representante),

RESOLVEM celebrar este Contrato mediante os termos e condições estabelecidos nas seguintes cláusulas:

CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1 O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232, de 29.04.10, e, de forma complementar, das Leis nº 4.680, de 18.06.65, e nº 8.666, de 21.06.93.

1.2.1 Aplicam-se também a este contrato as disposições do artigo 37, parágrafo 1º da Constituição da República Federativa do Brasil, da Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965 e do Decreto Federal nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, alterado parcialmente pelo Decreto Federal nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002.

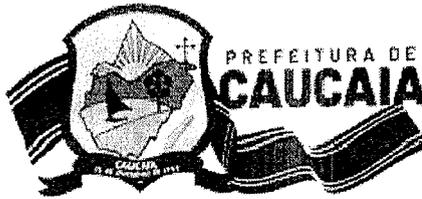
1.2 Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados – o Edital da Concorrência Nº _____ e seus anexos, a proposta da contratada, as Normas-Padrão da Atividade Publicitária e do Relacionamento Comercial entre Anunciantes, Agências de Publicidade e Veículos de Comunicação, o Código de Ética dos Profissionais Propaganda, com suas alterações e o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária.

CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO

2.1 Constitui objeto deste contrato a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

2.1.1 Também integram o objeto deste contrato, 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 relativos à execução do contrato;



b) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela CONTRATADA.

2.1.1.1 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

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

2.1.2 É vedado incluir outros serviços não previstos no subitem 2.1.1, em especial as atividades promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

2.2 A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de divulgação para a compra de tempo e ou espaço publicitários.

2.3 A CONTRATADA não poderá subcontratar outras agências de propaganda para a execução de serviços previstos nesta cláusula.

CLÁUSULA TERCEIRA - VIGÊNCIA

3.1 O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses contados a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos até o limite de 60 (sessenta) meses, com fundamento no art. 57, Inciso II, da Lei nº 8666/93, tendo validade e eficácia legal após a publicação do seu extrato resumido no Diário Oficial, sendo que a Prefeitura consignará em seus orçamentos respectivos as dotações futuras necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

3.1.1 A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser procedida pela CONTRATANTE e ser processada nos termos do artigo 57 da Lei nº 8.666/93.

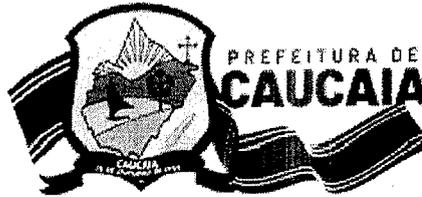
CLÁUSULA QUARTA - RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1 As despesas com o presente contrato estão estimadas em R\$ _____ (_____).

4.2 O crédito orçamentário para a execução dos serviços está consignado no Orçamento da Prefeitura de Caucaia/CE previsto no Orçamento aprovado para o Exercício Financeiro de _____, no Programa _____, verba _____.

4.3 Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.4 A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.



CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

5.1.1 Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2 Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE na cidade de Caucaia, Estado do Ceará onde, para esse fim, manterá escritório. A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas às condições previamente acordadas.

5.1.2.1 A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados a CONTRATANTE.

5.1.3 Realizar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

5.1.4 Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da Concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela CONTRATANTE.

5.1.4.1 Não será admitida a subcontratação dos serviços de estudo, planejamento e concepção de peças, materiais e campanhas.

5.1.5 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir a CONTRATANTE as vantagens obtidas.

5.1.5.1 Pertencem à CONTRATANTE, as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou replicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

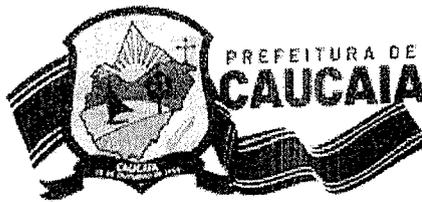
5.1.5.1.1 O disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

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

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

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

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



5.1.7 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados à CONTRATANTE:

- I - fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;
- II - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados pela CONTRATANTE, aptos a fornecerem à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;
- III - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre integrantes do cadastro de fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
- IV - exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e totais e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;
- V - a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável;
- VI - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de inscrição do fornecedor no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

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

5.1.7.2 O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea 'a' do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666/1993 está dispensado do procedimento previsto no subitem 5.1.7.1.

5.1.7.3 A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

5.1.7.4 Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, ao Gestor deste contrato.

5.1.7.5 As disposições do subitem 5.1.7 a 5.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.

5.1.8 Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

5.1.8.1 A contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a CONTRATADA ou seus empregados tenham participação societária, direta ou indireta, ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar a CONTRATANTE esse vínculo e obter sua aprovação.

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

5.1.9.1 A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente o identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

5.1.10 Apresentar à CONTRATANTE, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.3 da Cláusula Décima Primeira, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.



5.1.10.1 O estudo de que trata o subitem 5.1.10 deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

5.1.10.1.1 O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 5.1.10.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 6 (seis) meses da data de assinatura deste contrato.

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

5.1.10.1.3.1 Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.10, a CONTRATANTE solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá realizar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.1.11 Encaminhar após a produção dos serviços, para constituir o acervo da CONTRATANTE, sem ônus para esta:

- a) TV e Cinema: uma cópia em DVD;
- b) Internet: uma cópia em pendrive, com os arquivos que constituíram a campanha ou peça;
- c) Rádio: uma cópia em pendrive, com arquivo áudio;
- d) Mídia impressa e material publicitário: uma cópia em pendrive, com arquivos nas versões aberta – com as fontes e imagens em alta resolução – e finalizada.

5.1.12. Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo pendrive.

5.1.13 Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou materiais produzidos, independentemente do disposto no subitem 5.1.11.

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

5.1.14.1 O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 5.1.11.

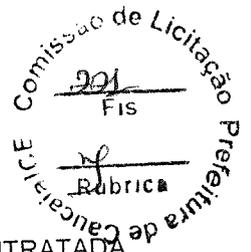
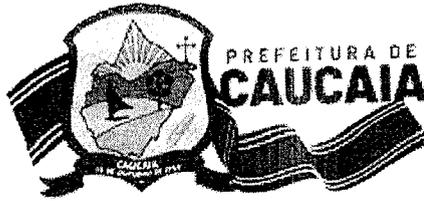
5.1.15 Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

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

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

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

5.1.17 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos



serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

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

5.1.19 A CONTRATADA, por si só e por seus colaboradores, obriga-se a atuar no presente Contrato em conformidade com a Lei nº 13.709/2018 - Lei Geral de Proteção de Dados, que regula as atividades de tratamento de dados da pessoa física (titular) identificada ou identificável.

5.1.20 A CONTRATADA, incluindo todos os seus colaboradores, compromete-se a tratar todos os Dados Pessoais como confidenciais, exceto se já eram de conhecimento público sem qualquer contribuição da CONTRATADA.

5.1.21 A CONTRATADA deverá manter registro das operações de tratamento de Dados Pessoais que realizar, bem como implementar medidas técnicas e organizacionais necessárias para proteger os dados contra a destruição, acidental ou ilícita, a perda, a alteração, a comunicação ou difusão ou o acesso não autorizado, além de garantir que o ambiente (seja ele físico ou lógico) utilizado por ela para o tratamento de Dados Pessoais seja estruturado de forma a atender os requisitos de segurança previstos em Lei.

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

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

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

5.1.25 Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

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

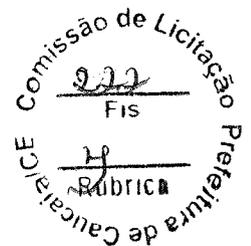
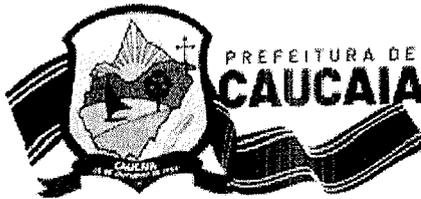
5.1.27 Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

5.1.28 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.

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

5.1.30 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

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



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

5.1.33 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.

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

5.1.34.1 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará a CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

5.1.35 Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

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

- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- b) comunicar, por escrito, à CONTRATADA, 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 quatro) horas úteis;
- c) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- d) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- e) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- f) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

6.2 A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na Concorrência que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

7.1 A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

7.1.1. Serão nomeados um Gestor titular e um substituto, para executar fiscalização deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.



7.1.1.1 Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá ao Gestor verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela CONTRATADA.

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

7.3 A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da CONTRATANTE.

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

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

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

7.7 A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

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

7.9 A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE e ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à CONTRATANTE.

7.10 A CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

7.11 A CONTRATANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela CONTRATADA.

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

7.11.2 Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao Gestor deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

8.1 Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada e ressarcida conforme disposto nesta Cláusula.

8.1.1 Honorários de ___% (___ por cento) sobre serviços externos de produção; sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e sobre formas inovadoras de comunicação publicitária;

8.1.1.1 Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.



8.1.2 Desconto de % (..... por cento) sobre os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Ceará, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA.

8.1.3.1 Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

8.1.3.2 A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Ceará e com os preços correspondentes a serem cobrados do CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.2, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

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

8.3 Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados 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.

8.3.1 Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.

8.4 A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

8.5 As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

10.1 A CONTRATADA cede a CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

10.1.1 O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

10.1.2 A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

10.1.3 A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo e Judiciário, sem que caiba a eles ou ao CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.



10.1.3.1 Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, realizar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

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

10.2.1 A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 a 10.2.3.

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

10.2.1.1.1 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

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

10.2.2.1 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.3 Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

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

10.4 A CONTRATADA se obriga 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 patrimoniais de autor e conexos.

10.5 A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e similares, que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

10.5.1 Que a CONTRATANTE poderá solicitar, a qualquer tempo, pelo prazo de 5 (cinco) anos, cópias das imagens contidas no material bruto produzido, as quais deverão ser entregues em DVD.



10.5.2 A cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

10.5.3 Que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

10.6 A CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Público. 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.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1 Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pela CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

- I - a correspondente Nota Fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome do CONTRANTE, CNPJ nº _____, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da agência e número da conta;
- II - a primeira via da Nota Fiscal do fornecedor ou do veículo, quando for o caso.

11.1.1 Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE, pelo menos 10 (dez) dias antes do seu vencimento, no seguinte endereço _____, Caucaia/CE.

11.1.2 O Gestor deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

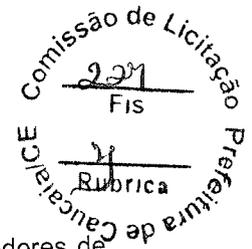
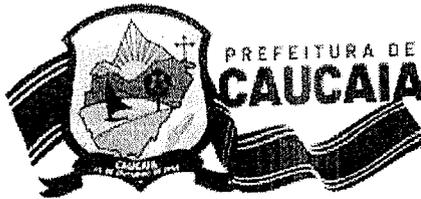
11.2 As liquidações e os pagamentos de despesas serão precedidos das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

I - serviços executados pela CONTRATADA:

- a) intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes, em até 30 (trinta) dias após a realização dos serviços;
- b) execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes, em até 30 (trinta) dias após a realização dos serviços.

II - serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

- a) produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes, em até 30 (trinta) dias após a realização dos serviços;
- b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes, em até 30 (trinta) dias após a realização dos serviços;
- c) veiculação: apresentação dos documentos de cobrança, da demonstração do valor devido ao veículo, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso II do subitem 11.3, em até 30 (trinta) dias após o mês de veiculação.



11.2.1 As despesas com distribuição de peças e material de não mídia realizada por fornecedores de serviços especializados terão o tratamento previsto na alínea 'a' do inciso II do subitem 11.2.

11.2.2 Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados serão conferidos pelo Gestor deste contrato por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA à CONTRATANTE e atestados no processo de pagamento da veiculação.

11.3 No tocante à veiculação, além do previsto na alínea 'c' do inciso II do subitem 11.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

- I – revista: exemplar original;
- II – Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do jornal e praça;
- III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restou demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

11.3.1 Nos casos em que restou demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - TV, Rádio e Cinema: declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

I.1) como alternativa à declaração prevista no inciso I deste subitem, a CONTRATADA pode apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) desde que o veículo também firme declaração, assinada, de modo que esse documento e a declaração prevista no inciso I deste subitem, em conjunto, contenham as informações previstas no inciso I deste subitem;

I.2) como alternativa ao procedimento previsto no inciso I.1, a CONTRATADA pode apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas no inciso I deste subitem.

II - Mídia Exterior:

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

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

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



III - Internet: relatório de gerenciamento fornecido pelas empresas que veicularam as peças.

11.3.2 As exigências de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem 11.3.1 serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia

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

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

11.5 No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

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

11.6 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.

11.7 Os pagamentos a fornecedores e veículos serão efetuados, pela CONTRATADA, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela CONTRATANTE.

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

11.7.2 A CONTRATADA apresentará à CONTRATANTE relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos, até o dia 10 do mês subsequente.

11.8 A CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar e obedecidos os prazos legais.

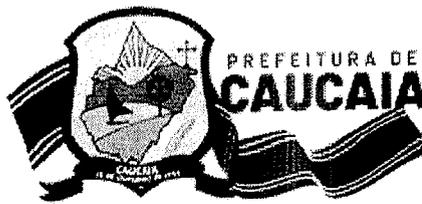
11.9 Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até 15 (quinze) dias após o recebimento da ordem bancária do CONTRATANTE pela agência bancária pagadora.

11.9.1 A CONTRATADA informará à CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pelo CONTRATANTE e encaminhará relatório até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

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

11.9.2 O não cumprimento do disposto nos subitens 11.9 e 11.9.1 ou a não justificativa formal para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

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



CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - GARANTIA

12.1 A CONTRATADA prestará garantia, em favor do CONTRATANTE, no valor de R\$ _____ (_____), correspondente a 2% (dois por cento) do valor estimado para a execução dos serviços objeto deste contrato, na forma prevista nos subitens _____ do Edital que deu origem a esta contratação.

12.2 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.3 Após o cumprimento fiel e integral de todas as obrigações assumidas neste contrato, a garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de até 30 (trinta) dias úteis, mediante certificação, pelo Gestor deste contrato, de que os serviços foram realizados a contento.

12.3.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

12.4 Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a CONTRATADA se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.5 Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei nº 8.666/1993.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1 O descumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pela CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

- I - advertência;
- II - multa de mora e multa por inexecução contratual;
- III - suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE por prazo de até 2 (dois) anos;
- IV - declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

13.1.1 Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa.

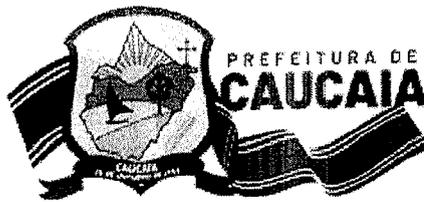
13.1.2 As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

13.2 A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

- I - a multa de mora será aplicada pela autoridade superior;
- II - a advertência e as demais multas serão aplicadas pela autoridade superior;
- III - caberá à autoridade superior aplicar a suspensão temporária e propor a declaração de inidoneidade;
- IV - a aplicação da declaração de inidoneidade compete privativamente à autoridade superior.

13.3 A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

- I - descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;
- II - outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo da CONTRATANTE, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.



13.4 A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.

13.4.1 O atraso sujeitará a CONTRATADA à multa de 1 % (um por cento) por dia de atraso, a contar do primeiro dia útil da data fixada para a entrega do serviço, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor da fatura correspondente à obrigação não cumprida.

13.5 A multa por inexecução contratual poderá ser aplicada no percentual de 10% (dez por cento), nas seguintes situações:

- I - pela inexecução parcial ou execução insatisfatória deste contrato, calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao período da prestação de serviços em que tenha ocorrida a falta;
- II - pela inexecução total deste contrato, calculada sobre seu valor atualizado;
- III - pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da CONTRATANTE, calculada sobre o valor atualizado deste contrato.

13.6 A suspensão do direito de licitar e contratar com a CONTRATANTE poderá ser aplicada à CONTRATADA se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

I - por 12 (doze) meses:

- a) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para o CONTRATANTE;
- b) execução insatisfatória do objeto deste contrato, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma dos subitens 13.3, 13.4 e 13.5 deste contrato;

II - por 2 (dois) anos:

- a) não conclusão dos serviços contratados;
- b) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da Solicitação de Serviço, depois da solicitação de correção efetuada pela CONTRATANTE;
- c) cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à CONTRATANTE, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;
- d) condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;
- e) apresentação, à CONTRATANTE, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;
- f) demonstração, a qualquer tempo, de não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;
- g) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 8.666/1993, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato;
- h) reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso da CONTRATANTE.

13.7 A declaração de inidoneidade será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da CONTRATANTE, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à CONTRATANTE ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

13.7.1 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada à CONTRATADA se, entre outros casos:

I - sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;



- II - praticar atos ilícitos visando frustrar os objetivos da licitação;
- III - demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;
- IV - reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio da CONTRATANTE.

13.7.2 A declaração de inidoneidade implica proibição da CONTRATADA de transacionar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir a CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

13.8 Da aplicação das sanções de advertência, multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com a CONTRATANTE caberá recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

13.8.1 O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido imediatamente à autoridade superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação.

13.8.2 Ao receber o recurso, a autoridade que aplicou a sanção poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou remetê-lo, devidamente informado à autoridade superior, que deverá decidir no prazo de outros 5 (cinco) dias úteis.

13.9 As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a CONTRATADA por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil Brasileiro.

13.10 A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 8.666/93, incluída a responsabilização da CONTRATADA por eventuais perdas e danos causados à CONTRATANTE.

13.11 O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da CONTRATADA.

13.11.1 O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 5 (cinco) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO

14.1 O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/1993.

14.2 Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA, previstas no presente contrato.

14.3 Em caso de cisão, incorporação ou fusão da CONTRATADA com outras agências de propaganda, caberá a CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato.

14.4 A rescisão, por algum dos motivos previstos na Lei nº 8.666/1993, não dará à CONTRATADA o direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.



14.5 A rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte do CONTRATANTE, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste ajuste, até a completa indenização dos danos.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

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

15.2 A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.

15.3 Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/1993, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

15.4 São assegurados ao CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei nº 8.078, de 11.9.90 (Código de Defesa do Consumidor).

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

15.6 As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas no sítio da CONTRATANTE na internet, em local específico para esse fim, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

15.6.1 As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - FORO

16.1 As questões decorrentes da execução deste contrato que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Fórum da Comarca de **Caucaia**, Estado do Ceará, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem de acordo, foi mandado lavrar o presente Contrato, que está visado pela Assessoria Jurídica da CONTRATANTE, e do qual se extraíram 3 (três) vias de igual teor e forma, para um só efeito, as quais, depois de lidas e achadas conforme, vão assinadas abaixo pelos representantes das partes e pelas testemunhas.

Caucaia/CE, de de

MUNICÍPIO DE CAUCAIA/CE
<<<ORGÃO>>
<<<GESTOR(A)>>
CONTRATANTE

<<<RAZÃO SOCIAL>>
<<<CNPJ Nº>>
<<<REPRESENTANTE LEGAL>>
CONTRATADA

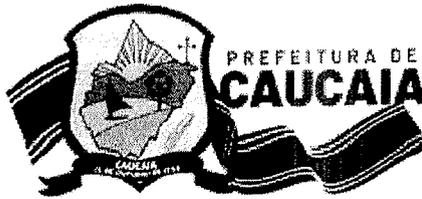
Testemunhas:

1

CPF

2

CPF



ANEXO III DO TERMO DE REFERÊNCIA CONSOLIDADO

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

a) desconto, a ser concedido a **Prefeitura de Caucaia/CE**, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Ceará: ___ % (___ por cento);

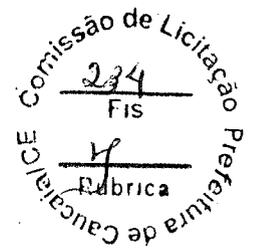
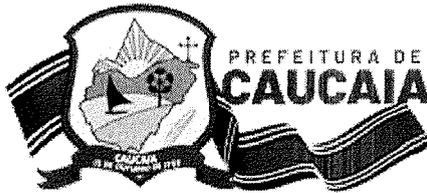
b) percentual de honorários a serem cobrados da **Prefeitura de Caucaia/CE**, sobre serviços externos de produção; sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e sobre formas inovadoras de comunicação publicitária: _____% (___ POR CENTO).

Prazo de validade da proposta: _____
_____, ____ de _____ de _____.

16

(nome da licitante)

Representante legal



ANEXO II

MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

Qualificação (nome, endereço, nome empresarial, etc.)

Outorgado

O representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na Concorrência Nº 2021.11.09.01-DIVERSAS

Poderes

Apresentar Propostas e Documentos de Habilitação, participar de sessões públicas de abertura dessas Propostas e Documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

_____ de ____ de _____ de _____.

EMPRESA

CARGO E NOME

Observações: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada. Será necessário comprovar os poderes do outorgante para fazer a delegação acima