



PREFEITURA MUNICIPAL DE CAJAZEIRAS
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



EDITAL DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 00001/2022

A Prefeitura Municipal de Cajazeiras-PB, torna público, para conhecimento dos interessados, que se encontra aberto processo licitatório, na modalidade **CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 00001/2022**, do tipo **MELHOR TÉCNICA**, conforme descrição contida neste Edital e seus Anexos. O procedimento licitatório obedecerá ao disposto na Lei nº 12.232/2010 e nº 8.666/1993 e modificações posteriores, bem como a legislação correlata, e demais exigências previstas neste Edital e seus Anexos.

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO MUNICÍPIO DE CAJAZEIRAS, CONFORME SOLICITAÇÃO DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO.

DATA DE ABERTURA DA SESSÃO PÚBLICA: 08/09/2022

HORÁRIO: 10:00h

ENDEREÇO: Avenida Joca Claudino, s/n, Tancredo Neves, Cajazeiras/PB

Retirada do Edital: No endereço eletrônico <https://cajazeiras.pb.gov.br/index.php> e por e-mail para o seguinte endereço eletrônico cplprefeituracajazeiras@gmail.com e ainda no endereço acima citado no horário das 08h às 13h (nesta opção dispor de dispositivo pendrive para retirada do Edital).

Recebimento dos envelopes com as propostas Técnicas:

Local: Avenida Joca Claudino, s/n, Tancredo Neves, Cajazeiras/PB

Sala da Comissão Permanente de Licitação – CPL

Dia: **08/09/2022**

Horário: **10:00h**

Avenida Joca Claudino, S/N – Bairro Tancredo Neves.
E-mail: cplprefeituracajazeiras@gmail.com
Tel.: (83) 3531-2534

Página 1 de 73

SUMÁRIO

PREÂMBULO	3
1. OBJETO, VALOR, FONTE DE RECURSOS E VIGÊNCIA CONTRATUAL	3
2. EXAME E/OU OBTENÇÃO EDITAL	5
3. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA	5
4. DAS ALTERAÇÕES, ESCLARECIMENTOS	5
5. DA IMPUGNAÇÃO DO ATO CONVOCATÓRIO	6
6. RECURSOS ADMINISTRATIVOS	6
7. CONDIÇÕES PARA PARTICIPAÇÃO	7
8. DA REPRESENTAÇÃO E DO CREDENCIAMENTO	8
9. DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO	9
10. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS	12
11. EXIGÊNCIAS PARA HABILITAÇÃO	18
12. DA PARTICIPAÇÃO DE MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE	21
13. PROCEDIMENTO LICITATÓRIO	22
14. DA ADJUDICAÇÃO E DA HOMOLOGAÇÃO	26
15. DO CONTRATO E DA SUA EXECUÇÃO	27
16. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS	28
17. DA GARANTIA DA CONTRATAÇÃO	29
18. DAS RESPONSABILIDADES E OBRIGAÇÕES DAS PARTES	31
19. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS	33
ANEXO I - DESCRIÇÃO DO OBJETO DA LICITAÇÃO	36
ANEXO II - PROPOSTA TÉCNICA: ORIENTAÇÕES PARA A ELABORAÇÃO	38
ANEXO III - PROPOSTA DE PREÇOS: ORIENTAÇÕES PARA A ELABORAÇÃO E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO	47
ANEXO IV - MINUTA DE PROPOSTA DE PREÇOS	52
ANEXO V - BRIEFING DA CAMPANHA PARA A LICITAÇÃO	544
ANEXO VI - MODELO DE CREDENCIAMENTO	56
ANEXO VII - MINUTA DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE	57
ANEXO VIII - MINUTA DE INEXISTÊNCIA DE MENOR TRABALHADOR	58
ANEXO IX - MINUTA DA DECLARAÇÃO	59
ANEXO X - MINUTA DE TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS	60
ANEXO XI - MINUTA DO CONTRATO ADMINISTRATIVO	62
ANEXO XII - TABELA SINAPRO 2022	73





PREFEITURA MUNICIPAL DE CAJAZEIRAS
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



IDENTIFICAÇÃO DO ÓRGÃO LICITANTE

Órgão Licitante: Prefeitura Municipal de Cajazeiras
Endereço: Rua Coronel Juvêncio Carneiro, nº 253, Centro, Cajazeiras/PB
Telefone: (83) 3531-4383
Endereço da CPL: Avenida Joca Claudino, s/n, Tancredo Neves, Cajazeiras/PB
E-mail: cplprefeituracajazeiras@gmail.com
Horário de Expediente da Comissão: 08:00hs às 13:00hs

PREÂMBULO

O Órgão Licitante, devidamente qualificado acima, por sua Comissão Permanente de Licitação, conforme autorização do (a) Excelentíssimo (a) Senhor (a) Gestor (a), de conformidade com o disposto na Lei Federal 8.666, de 21 de junho de 1993, com suas alterações posteriores, **TORNA PÚBLICO** para dar ciência aos interessados, que fará realizar a seguinte licitação:

Concorrência Pública nº. 00001/2022

Objeto: CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO MUNICÍPIO DE CAJAZEIRAS, CONFORME SOLICITAÇÃO DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO.

DATA DE ABERTURA DA SESSÃO PÚBLICA: 08/09/2022

HORÁRIO: 10:00h

ENDEREÇO: Avenida Joca Claudino, s/n, Tancredo Neves, Cajazeiras/PB, mantendo-se a distância adequada entre as pessoas presentes, devendo OBRIGATORIAMENTE estar usando mascara, entre outras medidas, conforme recomendações dos órgãos de saúde e vigilância sanitária.

A presente licitação, na modalidade de CONCORRÊNCIA, do tipo Melhor Técnica, na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, e, subsidiariamente, pelas Leis nº 4.680/1965, 8.666/1993, 9.648/1998, Lei Complementar nº 123/2006 e pela Lei Complementar 147/2014, obedecendo às exigências e condições estabelecidas neste Edital.

1. OBJETO, VALOR, FONTE DE RECURSOS E VIGÊNCIA CONTRATUAL

1.1. O objeto da licitação é a prestação de serviços de propaganda e publicidade institucional, conforme a Lei nº 12.232/2010, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente, que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação, a execução externa, a distribuição de publicidade de caráter institucional de competência do Município.

1.2. Também fazem parte do objeto do certame, 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 criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;
- c) à produção e à execução técnica das peças e/ou material criados pela agência contratada.

Avenida Joca Claudino, S/N – Bairro Tancredo Neves.
E-mail: cplprefeituracajazeiras@gmail.com
Tel.: (83) 3531-2534

Página 3 de 73



PREFEITURA MUNICIPAL DE CAJAZEIRAS
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



1.2.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.1 terão a finalidade específica de:

- a) gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Cajazeiras, 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 publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

1.2.2. É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações, previstas na alínea "a" do subitem 1.1, de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

1.2.3. A contratação dos serviços, elencados no objeto, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

1.2.4. O planejamento, previsto no item 1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

1.3. É vedado incluir outros serviços não previstos nos itens 1 e 1.1, em especial as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, conforme preconiza a Lei nº 12.232/2010.

1.3.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem anterior, os patrocínios publicitários de projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

1.3.2. Os patrocínios publicitários, mencionados no item 1.3.1, os quais não são vedados, correspondem aos projetos de mídia realizados por meio da compra de espaços e/ou tempo publicitários em veículos de comunicação e divulgação, decorrentes da necessidade de associar uma marca, produto ou mensagem à transmissão de algum evento e/ou projeto esportivo, cultural, informativo ou de entretenimento.

1.4. Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse do Poder Executivo.

1.5. A agência atuará por ordem e conta do ANUNCIANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.6. Os recursos orçamentários ao cumprimento do contrato decorrente desta Licitação serão oriundos da fonte orçamentária dos Recursos Ordinários da Prefeitura Municipal de Cajazeiras, dentro da previsão orçamentária para gastos com divulgação institucional, publicidade e propaganda, estimados em **RS 700.000,00 (setecentos mil reais)**.

1.7. As despesas decorrentes da presente licitação serão com recursos:

02.150 Secretaria Municipal de Comunicação
04 122 2002 2006 Manutenção da Publicidade Institucional do Município
3390.39 99 OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PESSOA JURÍDICA
1.500.0000 Recursos não Vinculados de Impostos

1.8. A Contratante se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade da verba indicada no item 1.6.

1.9. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, com eficácia legal após a publicação do seu extrato na Imprensa Oficial, podendo, por interesse da Administração, ser prorrogado por períodos iguais e sucessivos, limitado a sua duração a 60 (sessenta) meses, nos termos do inciso II do artigo 57, da Lei nº 8.666, de 1993.

1.9.1. O contrato a ser firmado poderá ser alterado nos casos previstos no art. 57 e 65 da Lei 8.666/93, desde que haja interesse da Contratante, com a apresentação das devidas justificativas adequadas a esta Concorrência.

1.9.2. No interesse da Contratante, o valor inicial atualizado do Contrato poderá ser aumentado ou suprimido até o limite de 25% (vinte e cinco por cento), conforme disposto no Artigo 65, parágrafos 1º e 2º, da Lei nº. 8.666/93.

1.9.2.1. A licitante vencedora fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições licitadas, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários;

2. EXAME E/OU OBTENÇÃO EDITAL

2.1 Este Edital, com seus elementos constitutivos, será obtido pelos interessados, nos dias úteis, de segunda à sexta-feira, no horário das 08:00h às 13:00h (nesta opção dispor de dispositivo pendrive para retirada do Edital), a partir da data da sua emissão, na sede da Comissão Permanente de Licitação, situada no endereço mencionado no preâmbulo deste Edital, na página oficial da Prefeitura Municipal de Cajazeiras, no endereço <https://cajazeiras.pb.gov.br/index.php>.

3. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

3.1 Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação – CPL, **exceto a análise e julgamento das Propostas Técnicas, que será feita pela Subcomissão Técnica.**

3.2 A Subcomissão Técnica será constituída por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que pelo menos 01 (um) deles não terá vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Contratante.

3.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública a ser realizada antes da Sessão de Recebimento das Propostas, entre os nomes de uma relação previamente cadastrados, nos termos do artigo 10 da Lei 12.232/10.

3.4 Caberá à Subcomissão Técnica:

3.4.1 Analisar individualmente e julgar o Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação em conformidade com os termos deste Edital;

3.4.2 Notificar à CPL, que desclassificará os PARTICIPANTES que desatenderem as exigências legais e as estabelecidas neste Edital, em especial as relacionadas a aposição de marca, sinal, etiqueta ou palavra que possibilite a identificação das proponentes no ENVELOPE Nº 1 e/ou documentos neles contidos.

3.4.3 Produzir e encaminhar à CPL todos os documentos necessários ao atendimento dos termos deste Edital, relativos ao julgamento das propostas técnicas dos PARTICIPANTES, neles compreendidas as planilhas com as pontuações dos quesitos e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram, em cada caso;

3.4.4 Manifestar-se, em caso de eventuais recursos dos PARTICIPANTES relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitada pela CPL.

4. DAS ALTERAÇÕES, ESCLARECIMENTOS

4.1. As dúvidas decorrentes da interpretação deste Edital poderão ser esclarecidas, desde que encaminhadas à Comissão Permanente de Licitação - CPL, até 05 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas Técnica, no seguinte endereço:

CENTRO ADMINISTRATIVO

REF.: CONCORRÊNCIA Nº 00001/2022

Endereço: Avenida Joca Claudino, S/N, Bairro Tancredo Neves - Centro Administrativo da Prefeitura Municipal, na cidade de Cajazeiras-PB

Att.: Francisco Samuel Lourenço de Sousa – Presidente da CPL

E-mail: cplprefeituracajazeiras@gmail.com

4.2. Os PARTICIPANTES não devem utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária - INVÓLUCRO Nº 1, a identificação da sua PROPOSTA TÉCNICA perante a Subcomissão Técnica.

4.3. A CPL poderá emitir Alterações e/ou Esclarecimentos aos documentos que integram este Edital, para revisar e/ou modificar quaisquer de suas partes, observando o Artigo 21, § 4º da Lei nº. 8.666/93 e demais alterações posteriores.

5. DA IMPUGNAÇÃO DO ATO CONVOCATÓRIO

5.1. A impugnação a este ato convocatório e seus anexos, poderá ser feita por qualquer cidadão, por irregularidade na aplicação da Lei Nº 8.666/93 e suas alterações, devendo protocolar o pedido até 05 (cinco) dias úteis antes da data fixada para recebimento das Propostas Técnicas e de Preços, devendo a administração julgar e responder à impugnação em até 03 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no parágrafo 1º do Art. 113;

5.2. Todo licitante é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade, sendo que, qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolado ou encaminhado por e-mail até o segundo dia útil que anteceder a data fixada para recebimento das Propostas Técnicas e de Preços, na sala de reuniões da Comissão Permanente de Licitação da Prefeitura Municipal de Cajazeiras de segunda à sexta-feira, das 08:00h às 13:00h.

5.3. A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item será recebida como mera informação.

5.4. A impugnação feita tempestivamente pelo licitante não o impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ele pertinente.

5.5. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão Permanente de Licitação:

I. o cidadão que não se manifestar em até 05 (cinco) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços;

II. a licitante que não se manifestar em até 02 (dois) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços.

5.5.1. Considera-se licitante, para efeito do inciso II do subitem anterior, a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital.

6. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

6.1. Dos atos da Administração, decorrentes da aplicação da Lei nº. 8.666, de 21.06.93, e suas atualizações, caberá:

Avenida Joca Claudino, S/N – Bairro Tancredo Neves.

E-mail: cplprefeituracajazeiras@gmail.com

Tel.: (83) 3531-2534



Página 6 de 73

- I. Recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata nos casos de:
- a) Habilitação ou inabilitação da licitante;
 - b) Julgamento das propostas;
 - c) Anulação ou revogação da licitação;
 - d) Indeferimento do pedido de inscrição em registro cadastral, sua alteração ou cancelamento;
 - e) Rescisão do contrato, a que se refere o inciso I do art. 79 da Lei nº. 8.666/93;
 - f) Aplicação das penas de advertência, suspensão temporária ou multa;
- II. Representação, no prazo de 5 (cinco) dias úteis da intimação da decisão relacionada com o objeto da licitação ou do contrato, de que não caiba recurso hierárquico;
- III. Pedido de reconsideração de decisão do Prefeito Municipal, no caso de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, no prazo de 10 (dez) dias úteis da intimação do ato.
- 6.2. O recurso previsto nas alíneas “a” e “b” do inciso I do item 6.1 terá efeito suspensivo, podendo a autoridade superior competente, motivadamente e presentes razões de interesse público, atribuir ao recurso interposto eficácia suspensiva aos demais recursos;
- 6.3. Interposto, o recurso será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo de 05 (cinco) dias úteis;
- 6.4. Os recursos deverão ser encaminhados exclusivamente por petição dirigida ou protocolada no endereço da Comissão Permanente de Licitação para o(a) setor de licitação, sala da CPL instalada na Avenida Joca Claudino, S/N – Tancredo Neves - Centro Administrativo - Cajazeiras - PB CEP: 58.900-000, dentro do horário de expediente (08:00hs as 13:00h);
- 6.5. O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, encaminhá-lo devidamente informado àquela autoridade. Neste caso, a decisão deverá ser proferida dentro de 05 (cinco) dias úteis, contados do recebimento do recurso, sob pena de responsabilidade (§ 4º do artigo 109 da Lei nº. 8.666, de 1993);
- 6.6. A intimação dos atos referidos nas alíneas “a”, “b”, “c” e “e”, do inciso I do item 6.1, excluindo-se as penas de advertência e multa de mora, e no inciso III, será feita mediante publicação no Diário Oficial, salvo para os casos previstos nas alíneas “a” e “b” do inciso I do item 6.1, se presentes os prepostos das licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feito por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata;
- 6.7. Os recursos interpostos fora dos prazos não serão conhecidos.

7. CONDIÇÕES PARA PARTICIPAÇÃO

- 7.1. Poderão participar da presente Licitação as empresas brasileiras ou estrangeiras em funcionamento no país, legalmente constituídas e estabelecidas, que atendam às condições exigidas neste Edital.
- 7.2. Os serviços de publicidade previstos neste Edital serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.
- 7.2.1. O certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto no caput deste artigo poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

7.3. Será vedada a participação de empresa na licitação quando:

- a) Cujas falências tenham sido declaradas, em concurso de credores, em dissolução, em liquidação e em consórcio de empresas, qualquer que seja sua forma de constituição.
- b) Que por qualquer motivo tenham sido declaradas inidôneas por qualquer órgão da Administração Pública, direta ou indireta, Federal, Estadual ou Municipal.
- c) Que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Prefeitura Municipal de Cajazeiras;
- d) Cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com a Prefeitura Municipal de Cajazeiras;
- e) As pessoas físicas e jurídicas de que trata o art. 9º da lei 8.666/93;
- f) Que por si ou seus sócios sejam participantes do capital de outra firma que esteja participando da mesma licitação;
- g) Que não possuam como objeto social a atividade de agência de publicidade;
- h) Que apresente o Envelope Nº 1 diferente daquele fornecido pela CPL.

7.4. A participação na presente Licitação implica e fará prova de que o licitante:

- a) Conhece e concorda com todas as especificações e condições do Edital e seus anexos, com aceitação integral e irrevogável de todos os seus termos, cláusulas e condições, submetendo-se às condições nele estabelecidas;
- b) Não tem dúvidas sobre quaisquer documentos que compõem o Edital, não podendo reivindicar posterior desconhecimento ou falta de recebimento de quaisquer das partes que o integram; e,
- c) Considerou que o Edital e seus anexos referentes a esta Licitação permitiram a elaboração de uma proposta totalmente satisfatória.
- d) A confirmação de que recebeu o Envelope Nº 1 fornecido pela CPL, bem como todos os documentos e informações necessárias à participação deste certame.

7.5. Nenhuma licitante poderá participar desta Concorrência com mais de uma Proposta.

8. DA REPRESENTAÇÃO E DO CREDENCIAMENTO

8.1. As empresas interessadas poderão estar presentes por meio de um representante legal, com poderes para intervir nas fases do procedimento licitatório, devendo, no ato de entrega dos envelopes, apresentar documento de credenciamento de acordo com o “Modelo de Carta de Credenciamento” (**Anexo VI**), separadamente dos envelopes, acompanhado de documento que o identifique como representante do licitante, de acordo com uma das seguintes formas.

8.1.1. Em sendo procurador legalmente constituído para tal fim, deverá apresentar instrumento público de procuração ou instrumento particular, com firma reconhecida em cartório, assinada pelo representante legal da empresa, acompanhada de cópia da cédula de identidade ou outro documento de identificação pessoal de fé pública e cópia autenticada do respectivo Estatuto ou Contrato Social em vigor, devidamente registrado no órgão de registro de comércio competente.

8.1.2. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original para permitir que a Comissão Permanente de Licitação ateste sua autenticidade.

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

8.2. NOS CASOS DE EMPRESAS DE PEQUENO PORTE – EPP E DE MICROEMPRESAS – ME, que pretendam sua inclusão no regime diferenciado concedido pela Lei Complementar nº 123/2006, estas deverão apresentar, ainda no Credenciamento, em anexo a **DECLARAÇÃO** firmada pelo contador que se enquadra como microempresa ou empresa de pequeno porte e/ou **CERTIDÃO SIMPLIFICADA** emitida pela Junta Comercial do Estado a que pertença, com data de expedição de até 60 (sessenta) dias em relação a data de abertura da Licitação;

8.2.1. A apresentação da declaração mencionada no subitem anterior é facultativa e deverá ser entregue tão-somente pelas licitantes efetivamente enquadradas que pretendam se beneficiar do regime legal diferenciado e que não tenham sido alcançadas por alguma hipótese de exclusão do tratamento jurídico diferenciado.

8.2.2. A participação em licitação na condição de microempresa ou empresa de pequeno porte ou cooperativa equiparada, sem que haja o enquadramento nessas categorias, ensejará a aplicação das sanções previstas em Lei e a exclusão do regime de tratamento diferenciado. A comissão poderá realizar diligências para verificar a veracidade da declaração.

***a participação nas condições previstas acima, implica no reconhecimento de não se encontrar em nenhuma das situações previstas no parágrafo quarto, do art. 3º, da Lei Complementar nº 123/06.**

8.3. A não utilização da faculdade prevista no subitem 8.2, será considerado que a Licitante optou por renunciar aos benefícios previstos na Lei Complementar nº 123/2006.

8.4. A ausência do documento de credenciamento ou sua incorreção não excluirá o licitante do certame, porém impedirá o representante de manifestar-se ou praticar qualquer ato inerente à Licitação.

8.5. Em todas as fases desta Concorrência será admitido apenas um representante por PARTICIPANTE e não será admitida a participação de um mesmo representante para mais de uma PARTICIPANTE.

8.6. Na hipótese de substituição do representante no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento perante a Comissão Permanente de Licitação.

8.7. Caso a PARTICIPANTE não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à CPL, na data, hora e local indicados neste Edital.

8.8. Os documentos necessários para a representação das PARTICIPANTES nas sessões deverão ser entregues à CPL e serem apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

9. DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1. Os documentos deverão ser acondicionados em envelopes identificados conforme a seguir:

9.1.1. O envelope N° 1 será fornecido pela Contratante, a pedido da Participante.

9.1.2. Os ENVELOPES N° 2, 3, 4 e 5 serão providenciados pela PARTICIPANTE e poderão ser constituídos por embalagem(ns) adequada(s) às características de seu conteúdo, desde que inviolável(is) quanto às informações de que tratam, até a sua abertura.

9.1.3. A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, conforme as orientações para a elaboração descritas no **Anexo II** do Edital.

DO ENVELOPE Nº 1

9.2. O ENVELOPE Nº 1 deverá conter a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, elaborado com base no briefing, e ser composto, conforme determina o art. 7º da Lei 12.232/2010, de:

I. Raciocínio básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Contratante, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

II. Estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela Contratante;

III. Ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;

IV. Estratégia de mídia e não mídia, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no briefing, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

9.3. Somente será aceita pela CPL a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária no ENVELOPE Nº 1, o qual será fornecido pela Contratante.

9.4. O ENVELOPE Nº 1 será padronizado e fornecido previamente pelo Contratante sem nenhum tipo de identificação na parte externa, para preservar, até a abertura do ENVELOPE Nº 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária.

9.5. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria. O Invólucro nº 1 não poderá:

a) ter nenhuma identificação;

b) apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

c) estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

DO ENVELOPE Nº 2

9.6. O ENVELOPE Nº 2 (Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária) terá o mesmo teor da Via Não Identificada, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa, nos termos do artigo 9º, § 2º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

9.7. O ENVELOPE Nº 2 deverá ser fechado e rubricado no fecho, e identificado em seu exterior com os seguintes dados:

ENVELOPE Nº 2

PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA
(RACIOCÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA E ESTRATÉGIA
DE MÍDIA E NÃO MÍDIA)

NOME E CNPJ DA PARTICIPANTE _____

CONCORRÊNCIA N º _____



Avenida Joca Claudino, S/N – Bairro Tancredo Neves.

E-mail: cplprefeituracajazeiras@gmail.com

Tel.: (83) 3531-2534

Página 10 de 73

9.8. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada - deverá ser datado e assinado na última página, bem como rubricado nas demais por quem detenha poderes de representação da Participante.

9.9. O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

DO ENVELOPE Nº 3

9.10. O ENVELOPE Nº 3 deverá conter os documentos relativos à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e ao Relato de Soluções de Problemas de Comunicação, devendo os documentos nele acondicionados terem a identificação da PARTICIPANTE, bem como serem assinados na última página e rubricados nas demais.

9.10.1. O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

9.11. O ENVELOPE Nº 3 deverá ser fechado e rubricado no fecho, e identificado em seu exterior com os seguintes dados:

ENVELOPE Nº 3

PROPOSTA TÉCNICA – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

NOME E CNPJ DA PARTICIPANTE _____

CONCORRÊNCIA Nº 00001/2022

9.12. O ENVELOPE Nº 3 e os documentos nele contidos não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada - ENVELOPE Nº 1 - e que permita a identificação da autoria deste, antes da abertura do ENVELOPE Nº 2.

DO ENVELOPE Nº 4

9.13. A Proposta de Preços deverá ser acondicionada no ENVELOPE Nº 4.

9.13.1. A proposta de preços deverá ser apresentada com a identificação da AGÊNCIA, redigida com clareza, sem emendas, rasuras, acréscimos ou entrelinhas, datada, assinada na última folha e rubricada nas demais pelo responsável ou procurador da AGÊNCIA devidamente credenciado, elaborada nos termos da minuta constante do **Anexo IV**.

9.13.2. Os critérios de apresentação e julgamento da Proposta de Preços encontram-se no **Anexo III**.

9.13.3. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da PARTICIPANTE e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência dos contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

9.13.4. O Invólucro nº 4 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

9.14. O ENVELOPE Nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, ser identificado em seu exterior com os seguintes dados:

ENVELOPE Nº 4 PROPOSTA DE PREÇOS
NOME E CNPJ DA PARTICIPANTE _____
CONCORRÊNCIA Nº 00001/2022

DO ENVELOPE Nº 5

9.15. O ENVELOPE Nº 5, não transparente, devidamente lacrado e rubricado no fecho, deverá acondicionar os documentos de HABILITAÇÃO da LICITANTE, nos termos do inciso XI do art. 11 da Lei 12.232/2010.

9.15.1. O Invólucro nº 5 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

9.16. O ENVELOPE Nº 5 deverá ser fechado e rubricado no fecho, e identificado com os seguintes dados:

ENVELOPE Nº 5
DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO NOME E CNPJ DA PARTICIPANTE _____
CONCORRÊNCIA Nº 00001/2022

9.17. O ENVELOPE Nº 5 deverá ser apresentado pelas PARTICIPANTES, após a publicação do resultado do julgamento final das Propostas, em sessão pública específica, cujo local e data serão previamente divulgados na imprensa Oficial, devendo conter os documentos de Habilitação que estão relacionados no Item 11 deste Edital.

9.18. A documentação exigida para a habilitação, descrita no Item 11, deverá ser apresentada em 01 (uma) via preferencialmente encadernada, de forma a não conter folhas soltas, em original, ou cópia da frente e do verso; publicação em órgão da imprensa oficial ou, ainda, por cópias simples, desde que acompanhadas dos respectivos originais para serem conferidos e autenticados pela CPL, preferencialmente, até 48 (quarenta e oito) horas antes da data de abertura da sessão e deverão ter todas as suas páginas, preferencialmente, numeradas em ordem crescente e rubricadas pelo representante legal do licitante.

10. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

10.1. Para efeito de avaliação do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, a licitante deverá apresentar uma campanha simulada, conforme *Briefing* – Anexo deste projeto básico.

10.2. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

10.2.1. As propostas técnicas serão julgadas, avaliadas e classificadas de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado definidos neste Edital por Subcomissão Técnica especificamente designada para este fim, conforme normativas da legislação em vigor, aferindo-se a nota a partir do somatório dos pontos obtidos nos quesitos técnicos constantes da proposta do licitante.

10.2.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os atributos da Proposta Técnica conforme itens a seguir, tendo cada quesito ou subquesito objetos específicos para análise.

10.3. ATRIBUTOS DE AVALIAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:

10.3.1. RACIOCÍNIO BÁSICO – serão analisados a acuidade de compreensão e análise:

- a) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação e presença de dados que referenciem esta acuidade;
- b) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela Prefeitura conforme discorre o Briefing anexo a este Edital;
- c) das necessidades de comunicação institucional da Prefeitura para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s), conforme *Briefing* anexo a este Edital.

10.3.2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – serão observadas nas propostas das licitantes:

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura e os seu (s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação, conforme o *Briefing* anexo a este Edital;
- 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 com seus públicos a partir da eventual implantação da campanha;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação da Prefeitura, conforme o *Briefing* em anexo;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e táticas derivadas;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação institucional da Prefeitura e os seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no *Briefing* e a verba disponível conforme o *Briefing* em anexo;
- g) a composição de pontos de contato com os diversos públicos constantes em briefing e sua tangibilização em estratégia pertinente ao desafio proposto;
- h) as referências estratégicas capazes de alimentar os pontos fundamentais do plano de comunicação com destaque para as questões de público (quantitativas e comportamentais), forma, temporalidade e meios utilizados.

10.3.3. IDEIA CRIATIVA – serão observadas nas propostas das licitantes:

- a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação da Prefeitura conforme o *Briefing* em anexo.
- 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 unidade entre as peças que compõem a campanha;
- g) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta, bem como sua capacidade de síntese;
- h) sua pertinência às atividades da comunicação de utilidade pública da Prefeitura e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- i) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados;
- j) a exequibilidade das peças e/ou do material e sua composição imagética e de conteúdo;
- k) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos substratos midiáticos e aos públicos propostos.

l) o manejo e adequação da linguagem e composição imagética, demonstrada em sua unidade criativa e qualidade técnica e exemplos apresentados.

10.3.4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA – serão observadas nas propostas das licitantes:

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritário constantes no briefing e seus desdobramentos de *target*;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos, tanto demográficos quanto psicográficos, bem como uso de fontes fiáveis;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores, evidenciada pelo suporte de dados que norteiam essa simulação;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura;
- e) a proporcionalidade na distribuição dos recursos entre suas alíneas;
- f) a economicidade e consciência na aplicação da verba de mídia disponível, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou do material e suas justificativas táticas e disponibilidade de métricas que as embasem;
- g) a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa;
- h) a existência de descritivos claros, em valores percentuais e absolutos, capazes de resumir a proposta apresentada e sua proporcionalidade.

10.3.5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – serão observadas nas propostas das licitantes:

- a) A consonância da atual carteira com os problemas e desafios da Prefeitura;
- b) a formação dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e de comunicação integrada;
- c) a adequação das qualificações e da quantificação desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária institucional da Prefeitura;
- d) a adequação das instalações, da infraestrutura (física e de tecnologia da informação) e dos recursos materiais e de segurança que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura e a licitante, esquematizado na proposta, incluindo sistematização de reuniões e prazos de realização e alteração de peças, fluxos de trabalho, além das demais questões que explicitam o funcionamento deste relacionamento, tais como o trato das informações e segurança;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato, bem como dos periódicos assinados disponíveis para a equipe da licitante;
- g) a existência de equipe dedicada/exclusiva discriminada de forma específica para o trato da conta de comunicação institucional da Prefeitura, bem como a definição técnica dos profissionais à disposição nesta condição.

10.3.6. REPERTÓRIO – serão observadas nas propostas das licitantes:

- a) a ideia criativa e sua adequação e pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver e ao segmento de atuação da Prefeitura;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material, evidenciada pelas dimensões técnicas de produção e construção criativa em cada um dos meios onde estas peças foram inseridas;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;

- d) a exequibilidade das soluções diante das verbas claramente propostas, pela facilidade de implantação e sua relação particular com o impacto desejável junto aos públicos para as quais foram desenvolvidas;
- e) a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação da Prefeitura.

10.3.7. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – serão observadas nas propostas das licitantes:

- a) a evidência de planejamento publicitário detectada na transformação dos cenários apresentados em novos dados e conclusões estratégicas a partir do *briefing* proposto pelo cliente;
- b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) a relevância dos resultados apresentados a partir da solução de comunicação apresentada pela licitante e dela derivados;
- d) a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso.

10.4. DA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

10.4.1. A nota da Proposta Técnica será apurada atribuindo aos quesitos ou subquesitos, no máximo, os seguintes pontos, no total de 100 (cem), distribuídos conforme descritos nos itens a seguir.

10.4.2. Raciocínio Básico: **máximo de 10 (dez) pontos**, da seguinte forma:

- a) Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais da comunicação de utilidade pública da Prefeitura. – até 1,0 (um) ponto;
- b) Conhecimento genérico dos serviços prestados pela Prefeitura em todas as áreas contempladas pelo Edital. - até 2,0 (dois) pontos;
- c) Adequada compreensão da linha de atuação específica da Prefeitura tanto em sua missão na construção de publicidades educativas, quanto no âmbito da linha de atuação em questão. - até 3,0 (três) pontos;
- d) Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação. - até 4,0 (quatro) pontos.

10.4.3. Estratégia de Comunicação: **máximo de 20 (vinte) pontos**, da seguinte forma:

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação das campanhas institucional da Prefeitura e a(os) seus (s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação; - até 5,0 (cinco) pontos;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos pela candidata e sua riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação institucional da Prefeitura com seus públicos; - até 5,0 (cinco) pontos;
- c) Desenvolvimento, adequação/pertinência e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação, incluindo as determinações do Planejamento capazes de guiar as diretrizes criativas e de mídia da proposta; - até 6,0 (seis) pontos;
- d) a consistência lógica da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação, públicos e verba; - até 4,0 (quatro) pontos.

10.4.4. Ideia Criativa: **máximo de 21 (vinte e um) pontos**, da seguinte forma:

- a) Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha propostos em briefing: - até 6,0 (seis) pontos;



- b) Capacidade de síntese da estratégia de comunicação e manejo/adequação da linguagem, demonstrados em sua unidade criativa e qualidade técnica dos exemplos apresentados. – até 4,0 (quatro) pontos;
- c) Cobertura de público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida. - até 4,0 (quatro) pontos;
- d) Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas. – até 7,0 (sete) pontos.
- 10.4.5. Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 14 (quatorze) pontos**, da seguinte forma:
- a) Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação (psicográficos e sócio demográficos). – até 3,0 (três) pontos;
- b) Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, bem como da busca de fontes para embasar estes dados; - até 3,0 (três) pontos;
- c) Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa. – até 4,0 (quatro) pontos;
- d) Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, incluídas métricas e rentabilidades mensuráveis. – até 4,0 (quatro) pontos.
- 10.4.6. Capacidade de Atendimento: máximo de 15 (quinze) pontos**, da seguinte forma:
- a) Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura. – até 4,0 (quatro) pontos;
- b) Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos quesitos: operacionalidade (fluxo e normas), segurança, prestação no atendimento às solicitações e grau de liberdade conferido à Prefeitura na escolha de soluções alternativas. – até 6,0 (seis) pontos;
- c) A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura bem como a qualidade da definição técnica especificamente destes profissionais à disposição. – até 5,0 (cinco) pontos.
- 10.4.7. Repertório: máximo de 10 (dez) pontos**, da seguinte forma:
- a) Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa; - até 4,0 (quatro) pontos;
- b) A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas; - até 2,0 (dois) pontos;
- c) Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação educativa e do setor público. - até 4,0 (quatro) pontos.
- 10.4.8. Relato de Soluções de Problemas de Comunicação: máximo de 10 (dez) pontos**, da seguinte forma:
- a) A evidência de planejamento publicitário; - até 2 (dois) pontos;
- b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta; - até 2 (dois) pontos;
- c) A relevância dos resultados apresentados diante dos desafios; - até 3 (três) pontos;
- d) A concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso. – até 3 (três) pontos.

10.5. DA ESCALA DE AVALIAÇÃO

10.5.1. Os números de pontos indicados em cada quesito relacionado nos subitens anteriores serão considerados, como notas máximas, para efeito de atribuição das notas.

10.5.2. A nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais.

10.5.3. Para efeito de aferição da nota de cada quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como pontuação 05 (cinco) NÍVEIS DE NOTAS, de acordo com escala aqui proposta referente à nota máxima de cada quesito ou subquesito:

1. Não abordado ou Erroneamente abordado - **0% da nota máxima**
2. Insuficientemente abordado - **30% da nota máxima**
3. Parcialmente abordado - **50% da nota máxima**
4. Satisfatoriamente abordado - **70% da nota máxima**
5. Totalmente abordado - **100% da nota máxima**

10.5.4. Para efeito de avaliação do item do conteúdo de cada quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como referência os seguintes conceitos para cada um dos níveis de avaliação:

- a) **Não abordado ou Erroneamente abordado** - Quando a proposta não contempla e/ou contempla de forma errônea ou inadequada os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no Edital para o aspecto para ser avaliado, contendo grandes desvios e/ou erros grosseiros, e pouco compatíveis com o critério.
- b) **Insuficientemente abordado** - Quando a proposta contempla de forma insuficiente (claramente incompleta) os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no Edital para o aspecto a ser avaliado, com pequenos e não relevantes desvios do solicitado.
- c) **Parcialmente abordado** - Quando a proposta contempla alguns aspectos relevantes do quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no Edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.
- d) **Satisfatoriamente abordado** - Quando a proposta contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no Edital, atendendo a normativa técnica.
- e) **Totalmente abordado** - Quando a proposta contempla integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no Edital, sem desvios e, apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério.

10.5.5. A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Subcomissão Técnica, a qual deverá elaborar ata de julgamento dos quesitos e subquesitos da proposta técnica, bem como de planilhas com as pontuações e respectiva justificativa escrita das razões que fundamentaram tais pontuações em cada caso, de acordo com os incisos IV, V e VI do § 4º do art. 11 da Lei nº 12.232/2010.

10.5.6. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima atribuída a cada candidata no quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das avaliações, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

10.5.7. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que

os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

10.6. DA DESCLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

10.6.1. Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do Edital, do projeto básico e de seus anexos;
- b) não alcançar, somadas todas as etapas, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;
- c) obtiver pontuação 0,00 (zero) em quaisquer dos quesitos.

10.7. DA ESCALA DE CLASSIFICAÇÃO TÉCNICA

10.7.1. As propostas técnicas serão classificadas pela ordem decrescente de pontuação, considerando o somatório de pontos atribuídos aos quesitos, respeitado o mínimo de 50 (cinquenta) pontos para classificação.

10.8. DO EMPATE

10.8.1. Se houver empate que impossibilite a identificação automática da melhor Proposta Técnica, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

10.8.2. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão (segunda sessão) ou em ato público marcado pela Comissão de Licitação, cuja data será divulgada por meio de publicação no Semanário e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

11. EXIGÊNCIAS PARA HABILITAÇÃO

11.1 Para se habilitar, as PARTICIPANTES cujas Propostas Melhor Técnicas tiverem sido classificadas deverão apresentar a Documentação na forma prevista neste Anexo, acondicionada no ENVELOPE Nº 5;

11.1.1 Documentos relativos à HABILITAÇÃO JURÍDICA

- a) cédula de identidade;
- b) registro comercial, no caso de empresa individual;
- c) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
- d) inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício;
- e) decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

11.1.2 Documentos relativos à REGULARIDADE FISCAL

- a) prova de inscrição no Cadastro Geral de Contribuintes (CNPJ);
- b) prova de inscrição no cadastro de contribuinte municipal, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- c) prova de regularidade para com a Fazenda Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da lei;
- d) prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei.
- e) prova de regularidade com a Justiça do Trabalho através da apresentação de Certidão de Débito Trabalhista (CNDT).

11.1.2.1 Observe-se que, para a comprovação de regularidade perante a Fazenda Federal, poderá ser apresentada Certidão Conjunta, com base na Portaria Conjunta PGFN/RFB n.º 2, de 31 de agosto de 2005. (Republicada por ter saído, no DOU n.º 169, de 10/09/2005, Seção 1, págs. 15, 16 e 17, com incorreção do Original).

11.1.2.2 Quando nas certidões não constar o prazo de validade, essas deverão ter datas de expedição inferior a 60 (sessenta) dias, da data de apresentação da proposta.

11.1.3 Documentos relativos à QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

11.1.3.1 Comprovação de registro ou inscrição da licitante em qualquer uma das seguintes entidades:

- a) Conselho Executivo de Normas Padrão – CENP, através do Certificado de Qualificação Técnica, emitido em nome da empresa licitante;
- b) Entidade equivalente à entidade prevista no item anterior, LEGALMENTE reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, nos termos do §1º do art. 4º da Lei 12.232/2010.

i. No caso de certificado de entidade equivalente, o licitante deverá apresentar a Lei que reconheceu a entidade como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

11.1.3.2 Atestado de capacidade técnica fornecidos por clientes (empresa pública ou privada), que comprovem o desempenho de atividade pertinente e compatível em características com o objeto desta licitação.

11.1.3.3 Declaração Especial, conforme **ANEXO IX**;

11.1.3.4 Declaração da licitante de que tratará da questão dos Direitos Autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, conforme **ANEXO X**.

11.1.4 Documentos relativos à QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

11.1.4.1 Certidão negativa de falência ou concordata expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica;

11.1.4.2 Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação:

- a) o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;
- b) se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;
- c) o balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso IV:
 - I. sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-lei nº 486/1969;
 - II. sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

- III. sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede. Caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;
- IV. para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:
- termo de autenticação com a identificação do autenticador;
 - balanço patrimonial e demonstrações contábeis;
 - termo de abertura e encerramento;
 - requerimento de autenticação de Livro Digital;
 - recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

11.1.4.3 As empresas com menos de 01 (um) ano de existência, que ainda não tenham balanço de final de exercício, deverão apresentar Demonstrações Contábeis envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência, obedecidos os aspectos legais e formais de sua elaboração, devidamente registrado na Junta Comercial.

11.1.4.4 A comprovação da boa situação financeira da empresa licitante será demonstrada pela obtenção de Índices de Liquidez Geral (LG) igual ou superior a 1,00; Liquidez Corrente (LC) igual ou superior a 1,00, e Solvência Geral igual ou superior a 1,00, extraídos do balanço patrimonial apresentado, calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do número do registro no Conselho Regional de Contabilidade, através das seguintes fórmulas:

$$LG = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

$$LC = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a longo prazo}}$$

Justificativa para abordagem dos índices de liquidez:

Os índices de liquidez são medidas de avaliação e acompanhamento da capacidade econômico financeira de uma empresa, buscando a satisfação dos compromissos firmados por ela junto a terceiros. Esta avaliação é feita por meio de um comparativo direto entre os direitos – leia-se disponibilidades de caixa e créditos realizáveis, ante suas obrigações no que tange desde o pagamento de fornecedores e de salários aos funcionários, passando pelo recolhimento dos impostos e encargos sociais oriundos da atividade corrente do negócio, até a distribuição de dividendos aos seus sócios ou acionistas.

Justifica-se a abordagem destes índices neste Edital à luz da legislação contábil vigente no Brasil, bem como as melhores práticas gestão administrativa. Pois são observados alguns aspectos financeiros, a saber:

- I. **Índice de Liquidez Geral (LG):** Este índice é utilizado para uma avaliação da capacidade de pagamento e cumprimento de obrigações, observando-se um horizonte compreendido entre o curto e longo prazo, através dos recursos não caracterizados como ativos permanentes. Leia-se: Curto Prazo como sendo o período compreendido dentro do exercício fiscal em curso; Longo Prazo como sendo o período que transcende o exercício fiscal corrente. Sendo assim, pode-se de estabelecer que na

Liquidez Geral (LG) o fator $_1$ é interpretado como o início do índice ideal, ou seja, indica que a empresa tem bens e direitos no ativo circulante e realizável a longo prazo que corresponde a 01 (uma) vez o valor de suas dívidas e obrigações, podendo saldá-las sem que seja preciso recorrer aos bens do Ativo Permanente ou ainda sem que seja necessária a alienação de bens de uso na sua atividade.

- II. Índice de Liquidez Corrente (LC):** Sendo um dos índices mais amplamente utilizados na avaliação e análise de balanços, pode-se se dizer que este pode indicar a saúde financeira de uma empresa, pois indica quanto esta poderá dispor em recursos de curto prazo, a exemplo do caixa e aplicações financeiras e ainda os recebíveis de terceiros, utilizando-os para honrar os compromissos também de curto prazo, a exemplo de fornecedores, empréstimos e financiamentos de curto prazo, salários entre outros configurados como sendo Passivo Circulante. Sendo assim, pode-se de estabelecer que na Liquidez Corrente (LC) o fator $_1$ é interpretado como o início do índice ideal, ou seja, indica que a empresa tem bens e direitos no ativo circulante que corresponde a 01 (uma) vez o valor de suas dívidas e obrigações, podendo saldá-las sem que seja preciso recorrer aos bens do Ativo Permanente, a capital de terceiros ou ainda sem que seja necessária a alienação de bens de uso na sua atividade.
- III. Índice de Solvência Geral (SG):** Este índice é utilizado para uma avaliação da capacidade de pagamento e cumprimento de obrigações, observando-se um horizonte compreendido entre o curto, médio e longo prazos, considerando, também, os recursos caracterizados como ativos permanentes, ou seja, a totalidade dos ativos de uma empresa que poderão ser utilizados para honrar os compromissos de curto, médio e longo prazo. Sendo assim, pode-se de estabelecer que na Solvência Geral (SG) o fator $_1$ é interpretado como o início do índice ideal, ou seja, indica que a empresa tem ativos que correspondem a 01 (uma) vez o valor de suas obrigações exigíveis no decorrer de sua operação.

Portanto, à luz da Lei 8.666/93, em seu Art. 3º, podemos justificar a presença destes índices neste Edital buscando a proposta que melhor atenda as expectativas da CONTRATANTE.

11.1.5 Outras Declarações

11.1.5.1 Minuta de Inexistência de Fato Superveniente - **Anexo VII**

11.1.5.2 Minuta de Inexistência de Menor Trabalhador - **Anexo VIII**

12. DA PARTICIPAÇÃO DE MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE

12.1. A empresa que pretender se utilizar dos benefícios previstos nos art. 42 a 45 da Lei Complementar 123, de 14 de dezembro de 2006, deverão apresentar, no envelope de habilitação, além dos documentos previstos no item 11.0 deste Edital e atendam o que segue:

12.1.1. As microempresas e empresas de pequeno porte, por ocasião da participação em certames licitatórios, deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição.

12.1.2. Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado, as mesmas, o prazo de 05 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração Pública, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

12.2. A não regularização da documentação, no prazo previsto no item 12.1.2, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 81 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

12.3. Nas licitações será assegurado o critério de desempate, preferência de contratação para as microempresas e empresas de pequeno porte, que atenderem os itens 12.1 a 12.3, bem como as condições contidas desse Edital.

13. DO PROCEDIMENTO LICITATÓRIO

13.1. O presente certame será conduzido de acordo com os procedimentos estabelecidos neste Edital e na legislação em vigor.

13.2. A participação de representante de qualquer LICITANTE dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item Credenciamento.

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

13.4. De todas as sessões públicas, será lavrada ata circunstanciada, a ser assinada pelos membros da CPL e pelos representantes das PARTICIPANTES presentes.

13.4.1. Havendo acordo, e mediante lavratura em ata, os representantes das PARTICIPANTES presentes poderão nomear apenas alguns entre eles para rubricar as Propostas e os Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

13.5. Poderão ser admitidas, a critério da CPL, alterações formais destinadas a sanar evidentes erros formais que não impliquem alteração do conteúdo das Propostas e Documentos de Habilitação, e desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência.

13.6. A CPL poderá, em qualquer fase do processo, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório.

13.7. Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

13.8. A CPL poderá alterar as datas ou as pautas das reuniões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicadas.

13.8.1. Salvo disposição expressa em contrário, ocorrendo decretação de feriado ou qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, todas as datas constantes deste Edital serão transferidas, automaticamente, para o primeiro dia útil de expediente normal na Contratante.

13.9. À exceção da Proposta Técnica, que será analisada e julgada por uma Subcomissão Técnica, todos os demais procedimentos e julgamentos inerentes a este processo licitatório serão de responsabilidade da CPL, a qual será responsável pela condução das sessões públicas e pela composição do processo até o seu encerramento.

13.10. Os ENVELOPES das PARTICIPANTES desclassificadas ou inabilitadas que não puderem ser devolvidos nas sessões públicas ficarão à disposição das interessadas pelo prazo de 60 (sessenta) dias contados da publicação na Imprensa Oficial do julgamento final desta Concorrência, após o que serão destruídos.

DA PRIMEIRA SESSÃO

13.11. Dado início aos trabalhos na sessão pública de recebimento dos ENVELOPES PROPOSTA MELHOR TÉCNICA (ENVELOPES Nº 1, 2, 3 e 4), a CPL identificará os representantes das



PREFEITURA MUNICIPAL DE CAJAZEIRAS
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



PARTICIPANTES, por meio do documento de procuração - **Anexo VI** deste Edital e de acordo com o disposto no item 8 – Da Representação e do Credenciamento.

13.12. Em seguida serão recebidos os ENVELOPES nº 1, 2, 3 e 4, ocasião em que a CPL fará o exame da conformidade dos INVÓLUCROS com os critérios especificados neste Edital para sua apresentação. Os invólucros padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só serão recebidos pela comissão permanente ou especial se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

13.13. Após o encerramento do prazo para recebimento dos ENVELOPES, que será declarado pela CPL na sessão pública, nenhum outro ENVELOPE, documento ou embalagem será recebido.

13.14. A CPL e as PARTICIPANTES ou os representantes nomeados, de acordo com o item 13.4.1, rubricarão no fecho, os ENVELOPES Nº 2 e 4, que permanecerão fechados, sob a sua guarda e responsabilidade.

13.15. Concluída essa etapa, serão apresentados os documentos do ENVELOPE Nº 1 contendo a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária e do ENVELOPE nº 3, contendo os documentos referentes à Capacidade de atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problema de Comunicação.

13.16. A CPL colocará os documentos contidos nos ENVELOPES Nº 1 e 3 para exame, devendo estes serem rubricados por todos os presentes, ou por representantes eleitos por eles, de acordo com o item 13.4.1.

13.17. Antes do procedimento previsto no item anterior, a CPL adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das PARTICIPANTES possam, ainda que acidentalmente, identificar as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária.

13.18. Se, ao examinar os conteúdos dos ENVELOPES Nº 1 e Nº 3, a CPL e/ou os representantes das PARTICIPANTES constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a CPL desclassificará a PARTICIPANTE e ficará de posse de todos os seus ENVELOPES até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

13.19. A comissão permanente ou especial não lançará nenhum código, sinal ou marca nos ENVELOPES padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, à exceção das rubricas mencionadas no subitem 13.16 acima.

13.20. Havendo desistência expressa de todas as PARTICIPANTES de interpor recursos em relação às decisões tomadas pela CPL na primeira sessão, os procedimentos licitatórios terão continuidade. Caso contrário, terá o licitante o prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da lavratura da ata, para apresentar recurso.

13.21. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência expressa, ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a CPL encaminhará os ENVELOPES nº 1 para análise individualizada e julgamento, em sessão privada, da Subcomissão Técnica.

13.22. Os documentos dos ENVELOPES Nº 1, 2, 3 e 4 serão guardados em caixas lacradas distintas. Os lacres serão rubricados pela CPL e pelas PARTICIPANTES ou pelos representantes nomeados de acordo com o item 13.4.1.

13.23. As caixas serão mantidas pela CPL em local seguro.

13.24. Feita a análise individualizada e o julgamento técnico do conteúdo do ENVELOPE nº 1, a Subcomissão Técnica entregará à CPL, os seguintes documentos:

- a) Planilha contendo as pontuações de cada PARTICIPANTE relativa aos quesitos analisados;
- b) Justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações, em cada caso;
- c) Ata de julgamento das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária assinada por todos os membros da Comissão Técnica;

d) As vias apócrifas dos Planos de Comunicação Publicitária, com a indicação da pontuação final de cada um deles.

13.25. Após a entrega dos documentos relativos ao julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária e a apresentação da pontuação, a CPL encaminhará à Subcomissão Técnica as caixas lacradas contendo os documentos constantes dos ENVELOPES N° 3 para análise.

13.26. Feita a análise individualizada e o julgamento técnico do conteúdo do ENVELOPE n° 3, a Subcomissão Técnica entregará à CPL os seguintes documentos:

- a) Planilha contendo a pontuação final de cada PARTICIPANTE relativa aos quesitos analisados;
- b) As justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações, em cada caso;
- c) Ata de julgamento das propostas referentes à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problema de Comunicação assinada por todos os membros da Comissão Técnica;
- d) Todas as propostas referentes à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções das PARTICIPANTES.

13.27. Será atribuída pontuação à proposta técnica desclassificada por descumprir o Edital, exceto no tocante às condutas vedadas nos itens 13.27.1 e 13.27.2, cuja planilha ficará acondicionada em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica até que se expire o prazo para recurso.

13.27.1. Será vedada a aposição, em qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do invólucro que contém sua via identificada;

13.27.2. Será vedada a aposição no invólucro referente à capacidade de atendimento, ao repertório e ao relato de soluções de problemas de comunicação, assim como nos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação da autoria do plano de comunicação publicitária, em momento anterior à abertura do invólucro que contém sua via identificada.

13.28. As planilhas a que se referem as alíneas “a” dos itens 13.24 e 13.26 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro da Comissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada PARTICIPANTE.

DA SEGUNDA SESSÃO

13.29. Após a análise e pontuação das Propostas Técnicas (ENVELOPES N° 1 e N° 3) as PARTICIPANTES serão convocadas a comparecer a nova sessão pública para a apuração do resultado geral das Propostas Técnicas com os seguintes procedimentos:

13.29.1. Abertura do ENVELOPE N° 2 - via identificada do Plano de Comunicação Publicitária;

13.29.2. Cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

13.29.3. Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica.

13.30. Proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

13.31. A CPL providenciará a publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993.

DA TERCEIRA SESSÃO

13.32. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido sua desistência expressa, ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a CPL convocará as PARTICIPANTES para participar da terceira sessão pública para a abertura dos ENVELOPES Nº 4 - Proposta de Preços.

13.33. Será conferido o(s) lacre(s) da(s) caixa(s) contendo o ENVELOPE Nº 4 antes de sua abertura.

13.34. Após abertos os ENVELOPES Nº 4, as Propostas de Preço neles contidas serão rubricadas pelos membros da CPL e pelos representantes previamente credenciados das PARTICIPANTES presentes ou por aqueles nomeados de acordo com o item 13.4.1.

13.34.1. O Invólucro “4” conterà a Planilha de Preços sujeitos a valoração, a ser preenchida apenas com as informações constantes do **Anexo IV**.

13.35. Examinado o cumprimento das exigências fixadas neste Edital para a elaboração da Proposta de Preço, será procedido o seu julgamento e identificação da Proposta de menor preço, e dado conhecimento ao representante da PARTICIPANTE, conforme determina o inciso IX do §4º do art. 11 da Lei 12.232/2010 c/c incisos II, III e IV do § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993:

13.35.1. Uma vez classificadas as propostas técnicas, proceder-se-á à abertura das propostas de preço dos licitantes que tenham atingido a valorização mínima estabelecida no instrumento convocatório e à negociação das condições propostas, com a proponente melhor classificada, com base nos orçamentos detalhados apresentados e respectivos preços unitários e tendo como referência o limite representado pela proposta de menor preço entre os licitantes que obtiveram a valorização mínima;

13.35.2. No caso de impasse na negociação anterior, procedimento idêntico será adotado, sucessivamente, com os demais proponentes, pela ordem de classificação, até a consecução de acordo para a contratação;

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

13.36. Somente os representantes legais das AGÊNCIAS poderão participar da negociação descrita nos itens 13.35.1 e 13.35.2.

13.37. Será declarada vencedora do julgamento final das Proposta Melhor Técnica, a PARTICIPANTE melhor classificada na Proposta Técnica que concordar em praticar os preços oferecidos pela PARTICIPANTE ganhadora da Proposta de Preços, observado o disposto no item 13.35.

13.38. Após o julgamento e a negociação prevista no item 13.35.1, a CPL publicará o resultado do julgamento final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea “b” do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

DA QUARTA SESSÃO

13.39. Não havendo interposição de recurso ou sendo julgados os recursos interpostos e publicado o resultado, as AGÊNCIAS cujas propostas tenham sido classificadas serão convocadas para a apresentação do ENVELOPE Nº 5 - HABILITAÇÃO.

13.40. O ENVELOPE Nº 5 - HABILITAÇÃO das empresas classificadas será recebido em Sessão Pública, para abertura e análise da conformidade de seu conteúdo com as condições estabelecidas na legislação em vigor e neste Edital.

13.41. Após identificado o representante da PARTICIPANTE, será recebido e aberto o ENVELOPE Nº 5, os Documentos de Habilitação serão rubricados pelos membros da CPL e pelos representantes previamente credenciados das PARTICIPANTES presentes ou por aqueles nomeados de acordo com o item 13.4.1.

13.42. A CPL poderá, ou não, analisar a conformidade dos documentos com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório, na própria Sessão.

13.43. Da data em que for emitida a decisão quanto à habilitação ou inabilitação dos licitantes, será aberto o prazo para interposição de recurso, nos termos da alínea “a” do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

14. DA ADJUDICAÇÃO E DA HOMOLOGAÇÃO

14.1. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora.

14.2. Será vencedora desta licitação a licitante que:

- a) Tenha sido mais bem classificada no julgamento das Propostas Técnicas;
- b) Tenha apresentado a Proposta de menor preço, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no inciso II, § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666/93; e
- c) Tenha sido habilitada, observadas as disposições constantes no item 11 deste Edital.

14.3. Habilitada a PARTICIPANTE, o procedimento será homologado e o objeto será adjudicado à AGÊNCIA melhor classificada.

14.4. Para a celebração do contrato, o LICITANTE adjudicatário será convocado e deverá entregar à Contratante, no prazo de 05 (cinco) dias:

- a) Os documentos a que se referem o item 11, deste Instrumento Convocatório;
- b) Certidão negativa de recuperação judicial, extrajudicial ou falência, expedida pelo distribuidor da sede do LICITANTE, com data posterior à homologação.

14.4.1. Caso os documentos não atendam às condições do Edital, será dado à LICITANTE o prazo de 05 dias para tomar as providências adequadas.

14.4.2. A não-apresentação da documentação mencionada, a sua apresentação irregular, ou ainda, o não comparecimento do LICITANTE adjudicatário, importará na decadência do direito de contratar sem prejuízo das sanções previstas nos art. 81 e 87 da Lei 8.666/93 e neste Edital.

14.5. A PARTICIPANTE vencedora terá o prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado a partir da convocação, para assinar o contrato. Este prazo poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, quando solicitado pela PARTICIPANTE VENCEDORA durante o seu transcurso e desde que ocorra motivo justificado, aceito pela Contratante.

14.6. No ato da contratação, a PARTICIPANTE VENCEDORA deverá apresentar documento de procuração devidamente reconhecido em cartório, que habilite o seu representante a assinar o contrato em nome da empresa.

14.7. A assinatura do contrato estará condicionada à regularidade de situação da PARTICIPANTE VENCEDORA.

14.8. A recusa injustificada da PARTICIPANTE VENCEDORA em assinar o contrato dentro do prazo ora estabelecido caracterizará o descumprimento total das obrigações assumidas, reservando-se à Contratante o direito de, independentemente de qualquer aviso ou notificação, realizar nova licitação ou convocar os PARTICIPANTES remanescentes, respeitada a ordem de classificação, prevalecendo, neste caso, as mesmas condições da proposta do primeiro classificado.

14.9. As PARTICIPANTES remanescentes convocadas na forma do item anterior, que não concordarem em assinar o contrato, não estarão sujeitos às penalidades acima mencionadas.



15. DO CONTRATO E DA SUA EXECUÇÃO

- 15.1.** Convocada, a licitante vencedora terá o prazo de 05 (cinco) dias úteis para assinar o Contrato;
- 15.2.** À licitante vencedora que, convocada no prazo de validade de sua proposta a assinar o Termo de Contrato, vir a desistir de assinar o mesmo, ser-lhe-ão atribuídas às penalidades previstas em Lei e neste Edital, respeitado o direito de recurso;
- 15.3.** A futura Contratada deverá manter, durante toda a execução do Contrato, compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, respeitadas todas as condições de habilitação e qualificação aqui exigidas;
- 15.4.** A futura Contratada fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos e supressões que se fizerem necessários, até os limites fixados em Lei;
- 15.5.** O Contrato decorrente desta Licitação terá prazo de vigência 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, desde que seja respeitado o limite legal de valor previsto para a Concorrência;
- 15.5.1.** Na prorrogação, o ANUNCIANTE poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.
- 15.6.** Todo serviço a ser prestado pela futura Contratada deverá ser precedido da apresentação do competente projeto de apropriação de custos o qual, aprovado pela Prefeitura, gerará a expedição de Ordem de Execução de Serviços;
- 15.7.** O valor dos serviços será orçado pela futura Contratada em cada caso, em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, sob pena de responsabilidade, sua compatibilidade com os preços de mercado, e deverão ser submetidos à apreciação da Prefeitura, que decidirá quanto à sua aprovação;
- 15.8.** Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de veiculação, cópias das faturas e duplicatas quitadas, emitidas pelos fornecedores;
- 15.9.** Os serviços serão executados pela futura Contratada, com o fornecimento de toda mão de obra, material e equipamento necessários, sendo permitida a contratação de fornecedores de bens e serviços auxiliares, se necessários ao cumprimento do objeto licitado, e desde que previamente submetido à anuência da Contratante; nessa hipótese, a futura Contratada será responsável pela administração dos suprimentos de bens e serviços dos terceiros fornecedores e pela integral execução dos serviços que competirem a ela, Contratada, arcando integralmente com os encargos de qualquer natureza deste, decorrentes;
- 15.10.** Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela Contratante poderão fornecer ao Contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, conforme determina o art. 14 da Lei nº 12.232/2010;
- 15.11.** Os custos e as despesas de veiculação apresentados à Contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível;
- 15.11.1.** Pertencem à Contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.
- 15.12.** As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados;

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

15.13. Todas as peças criadas, produzidas, e veiculadas, exibidas, distribuídas, divulgadas ou expostas, oriundas do Contrato e efetuadas em decorrência do mesmo, realizadas pela futura Contratada, serão de propriedade da Prefeitura, devendo ser entregues cópias das mesmas, mensalmente, à Secretaria Municipal de Comunicação, e os licitantes já deverão computar em seus preços propostos estes valores, uma vez que não poderão utilizar os mesmos, sem prévia autorização por escrito da Prefeitura;

15.13.1. Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços ficarão sob a guarda da Contratada, mas disponíveis a qualquer tempo à Prefeitura, que poderá, a seu critério, requisitar novas cópias dos originais, para comprovação da prestação do serviço e arquivo próprio, vedada a transferência a agentes de qualquer espécie ou uso além das finalidades solicitadas em plano de campanha específica.

15.14. A agência de propaganda só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem da Prefeitura, se previamente os identificar e tiver sido pela mesma expressamente autorizada.

16. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

16.1. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 8.666/1993, a Contratada que inexecutou total ou parcialmente qualquer das obrigações assumidas em decorrência da contratação; ensejar o retardamento da execução do objeto; fraudar na execução do contrato; comportar-se de modo inidôneo; cometer fraude fiscal; ou não manter a proposta;

16.2. A Contratada que cometer qualquer das infrações acima discriminadas ficará sujeita, sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal, às seguintes sanções:

16.2.1. Advertência por faltas leves, assim entendidas aquelas que não acarretem prejuízos significativos para a Contratante;

16.2.2. Multa moratória de até 0,5% (meio por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 20 (vinte) dias;

16.2.2.1. Em se tratando de inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia (seja para reforço ou por ocasião de prorrogação), aplicar-se-á multa de 0,07% (sete centésimos por cento) do valor do contrato por dia de atraso, observado o máximo de 2% (dois por cento), de modo que o atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias autorizará a Administração contratante a promover a rescisão do contrato;

16.2.2.2. As penalidades de multa decorrentes de fatos diversos serão consideradas independentes entre si.

16.2.3. Multa compensatória de até 20% (vinte por cento) sobre o valor total do contrato, no caso de inexecução total do objeto;

16.2.3.1. Em caso de inexecução parcial, a multa compensatória, no mesmo percentual do subitem acima, será aplicada de forma proporcional à obrigação inadimplida;

16.2.4. Suspensão de licitar e impedimento de contratar com o órgão, entidade ou unidade administrativa pela qual a Administração Pública opera e atua concretamente, pelo prazo de até dois anos;

16.2.5. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a Contratada ressarcir a Contratante pelos prejuízos causados e após decorrido o prazo da penalidade de suspensão do subitem anterior;

16.3. A aplicação de multa não impede que a Administração rescinda unilateralmente o Contrato e aplique as outras sanções cabíveis.

- 16.4.** A recusa injustificada da Adjudicatária em assinar o Contrato, após devidamente convocada, dentro do prazo estabelecido pela Administração, equivale à inexecução total do contrato, sujeitando-a às penalidades acima estabelecidas.
- 16.5.** A aplicação de qualquer penalidade não exclui a aplicação da multa.
- 16.6.** Também fica sujeita às penalidades do art. 87, III e IV da Lei nº 8.666, de 1993, a Contratada que:
- 16.6.1.** Tenha sofrido condenação definitiva por praticar, por meio dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
- 16.6.2.** Tenha praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;
- 16.6.3.** Demonstre não possuir idoneidade para contratar com a Administração em virtude de atos ilícitos praticados.
- 16.7.** A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa observando-se o procedimento previsto na Lei nº 8.666, de 1993, e subsidiariamente na Lei nº 9.784, de 1999.
- 16.8.** A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Administração, observado o princípio da proporcionalidade.
- 16.9.** As multas devidas e/ou prejuízos causados à Contratante serão deduzidos dos valores a serem pagos, ou recolhidos em favor da Prefeitura Municipal de Cajazeiras ou deduzidos da garantia, ou ainda, quando for o caso, serão inscritos na Dívida Ativa do Município e cobrados judicialmente.
- 16.9.1.** Caso a Contratante determine, a multa deverá ser recolhida no prazo máximo de 10 (dez) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.
- 16.9.2.** O valor da multa poderá ser descontado na Fatura ou crédito existente na Prefeitura Municipal de Cajazeiras, em favor da licitante vencedora, sendo que, caso o valor da multa seja superior ao crédito existente, à diferença será cobrada na forma da lei;
- 16.9.3.** Se o valor da multa não for pago, será cobrado administrativamente, podendo, ainda, ser inscrito como Dívida Ativa do Município e cobrado judicialmente;
- 16.10.** As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou, no caso das multas, cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.
- 16.11.** As multas e outras sanções aplicadas só poderão ser relevadas, motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato da Autoridade Superior devidamente justificado;

17. DA GARANTIA DA CONTRATAÇÃO

- 17.1.** A CONTRATADA entregará ao PARTICIPANTE comprovante de garantia, na modalidade caução em dinheiro e/ou em títulos da dívida pública e/ou fiança bancária e/ou seguro-garantia, no valor de 5% (cinco por cento) do valor do Contrato, como forma de garantir a perfeita execução do seu objeto.
- 17.1.1.** O comprovante de garantia deverá ser entregue, no endereço da Contratante, no momento da assinatura do contrato.
- 17.1.2.** Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da CONTRATANTE.
- 17.1.3.** Sem prejuízo das sanções previstas em lei e neste contrato, a não prestação da garantia exigida implicará sua rescisão.
- 17.2.** A garantia responderá pelo fiel cumprimento das disposições do contrato, ficando a CONTRATANTE autorizada a executá-la para cobrir multas, indenizações ou pagamento de qualquer obrigação, inclusive em caso de rescisão.

17.3. Utilizada a garantia, a CONTRATADA obriga-se a integralizá-la no prazo de 10 (dez) dias contados da data em que for notificada formalmente pelo CONTRATANTE.

17.4. A garantia a ser apresentada responderá pelo cumprimento das obrigações da CONTRATADA eventualmente inadimplidas na vigência deste Contrato e da garantia, e não serão aceitas se o garantidor limitar o exercício do direito de execução ou cobrança ao prazo de vigência da garantia.

17.5. Em caso de fiança bancária, o instrumento deve:

- a) Ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção da autarquia;
- b) Ter prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da CONTRATADA – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes;
- c) Ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à CONTRATANTE, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
- d) Ter renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro.

17.6. No caso de seguro-garantia, a apólice deverá indicar:

- a) A apólice indicará a CONTRATANTE como beneficiária e deve ser emitida por instituição autorizada pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) a operar no mercado securitário, que não se encontre sob regime de direção fiscal, intervenção, liquidação extrajudicial ou fiscalização especial e que não esteja cumprindo penalidade de suspensão imposta pela autarquia;
- b) Seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da CONTRATADA – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes;
- c) A apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à CONTRATADA.

17.7. Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

- a) Ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;
- b) Ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

17.8. A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência do contrato, mediante certificação, por seu gestor ou fiscal, de que os serviços foram realizados a contento e desde que tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

17.9. Em caso de atualização do valor contratual estimado, o CONTRATANTE exigirá a complementação do valor da garantia, para que se mantenha o percentual estabelecido neste Edital, podendo admitir que seja oferecida nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades ora previstas.

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

17.11. O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 10 (dez) dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

17.12. A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a **CONTRATANTE**, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 17.1 deste Edital.

17.13. Aceita pela **CONTRATANTE**, substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

18. DAS RESPONSABILIDADES E OBRIGAÇÕES DAS PARTES

18.1. Obrigações da Contratada:

Avenida Joca Claudino, S/N – Bairro Tancredo Neves.
E-mail: cplprefeituracajazeiras@gmail.com
Tel.: (83) 3531-2534





PREFEITURA MUNICIPAL DE CAJAZEIRAS
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



- 18.1.1.** Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade;
- 18.1.2.** Realizar - com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de terceiros - todos os serviços relacionados com o objeto do contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela Contratante;
- 18.1.3.** Prestar todos os esclarecimentos que forem solicitados pelo fiscal do contrato.
- 18.1.4.** Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, à Contratante, descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens, cuja negociação deverá ter a presença obrigatória de membro da Administração Pública;
- 18.1.5.** Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, três propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução. Se não houver possibilidade de obter três propostas, a Contratada deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.
- 18.1.6.** Obter a aprovação prévia da Contratante, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.
- 18.1.7.** Submeter a subcontratação de terceiros somente para a execução de serviços objeto do Contrato à prévia e expressa anuência da Contratante. Nesses casos, a Contratada permanece com todas as suas responsabilidades contratuais perante a Contratante. A contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a Contratada, ou seus funcionários, tenham, direta ou indiretamente, participação societária, ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar à Contratante esse vínculo e obter sua aprovação.
- 18.1.8.** Entregar à Contratante, mensalmente, um relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação de seu estágio.
- 18.1.9.** Entregar à Contratante a comprovação do desempenho satisfatório da veiculação da publicidade nos meios de divulgação escolhidos, para fins de pagamento, consistente em uma prestação de contas quanto à veiculação da peça publicitária por ela concebida/criada/planejada, instruída com necessário relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, salvo impossibilidade devidamente justificada.
- 18.1.10.** Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da Contratante, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da Contratada pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria Contratada ou por terceiros por ela contratada.
- 18.1.11.** Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome da Contratante, mediante sua prévia e expressa autorização.
- 18.1.12.** Prestar esclarecimentos à Contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a Contratada, independentemente de solicitação.
- 18.1.13.** Submeter previamente à Contratante a eventual caução ou utilização deste Contrato em qualquer operação financeira.
- 18.1.14.** Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, bem como exigir prova da regularidade fiscal e trabalhista, em especial a prova da regularidade para com a Fazenda Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente das empresas subcontratadas para prestar serviços especializados e dos veículos de comunicação escolhidos;

18.1.15. 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.

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

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

18.1.18. 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.

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

18.1.20. Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a própria Contratante. Em casos de contratação de terceiros, nos estreitos limites de permissão do Edital da licitação que originou o Contrato, para a execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste instrumento, exigir dos eventuais contratados, no que couber, as mesmas condições do contrato.

18.1.21. 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. A infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata deste contrato e sujeitará a Contratada às penas legais e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

18.1.22. Responder perante a Contratante e terceiros 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.

18.1.23. 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.

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

18.1.25. 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.

18.1.26. Emitir nota fiscal com a escorreita descrição dos serviços, permitindo perfeita identificação dos mesmos, bem como o preço unitário do serviço.

18.1.27. Aceitar nas mesmas condições contratuais, possíveis acréscimos ou supressões dos fornecimentos, nos termos do artigo 65, § 1º, da Lei 8.666/1993

18.2. Caberá à Prefeitura Municipal de Cajazeiras:

18.2.1. Proceder ao pagamento do contrato pelos serviços prestados, na forma e nos prazos pactuados,

conforme previsto na Minuta do Contrato e consoante os preços estabelecidos na Proposta de menor preço;

- 18.2.2.** Aprovar, antes da produção, a amostra dos materiais apresentados pela Contratada;
- 18.2.3.** Nomear gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato resultante desta licitação e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços, os quais terão poderes, dentre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção;
- 18.2.4.** Avaliar o nível dos serviços prestados sob os aspectos quantitativo e qualitativo durante o prazo do contrato;
- 18.2.5.** Rejeitar, no todo ou em parte, o material produzido fora dos padrões de qualidade exigidos pelo Contratante e que esteja em desacordo com as especificações deste Projeto Básico;
- 18.2.6.** Efetuar as retenções e recolhimentos dos tributos e contribuições devidas sobre o valor da fatura fornecida pela Contratada, na forma da legislação vigente;
- 18.2.7.** Proporcionar todas as condições necessárias ao bom andamento da prestação dos serviços contratados;
- 18.2.8.** Notificar, por escrito, à Contratada, sobre ocorrência de eventuais imperfeições no curso da execução dos serviços, fixando prazo para a devida correção;
- 18.2.9.** Os valores não processados na fatura relativa ao mês da ocorrência deverão ser processados na próxima fatura emitida pela contratada.
- 18.2.10.** Promover o acompanhamento e a fiscalização dos serviços contratados, sob os aspectos quantitativo e qualitativo, anotando em registro próprio, as falhas detectadas e comunicando à Contratada as ocorrências de quaisquer fatos que, a seu critério, exijam medidas corretivas;
- 18.2.11.** Fornecer à Contratada todas as informações relacionadas com o objeto do Contrato.

19. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

- 19.1.** Quaisquer solicitações de informações complementares, ou pedidos de esclarecimentos, que se façam necessários à elaboração das propostas, deverão ser formuladas, por escrito, e protocolados em até 05 (cinco) dias úteis antes da data marcada para abertura da Licitação, ficando desde já entendido que a ausência da resposta não constituirá motivo para alteração das condições e prazos;
- 19.2.** A Prefeitura se reserva o direito de:
 - 19.2.1.** Revogar esta Licitação, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta;
 - 19.2.2.** Anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, assegurados, em ambos os casos, o contraditório e a ampla defesa; ou
 - 19.2.3.** Adiá-la, por sua iniciativa, ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, para modificar este Edital, sem que isso represente, em todos os casos, motivo para que as empresas participantes pleiteiem qualquer tipo de indenização.
- 19.3.** Quando da realização desta licitação, em havendo indícios de conluio entre as licitantes, ou de qualquer outro ato de má-fé, a Comissão Permanente de Licitação comunicará os fatos verificados à Assessoria Jurídica do Município para as providências cabíveis junto ao Ministério Público e outros órgãos competentes e pertinentes à matéria;
- 19.4.** As licitantes devem apresentar suas propostas levando em consideração o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e, em especial, ao contido na Lei nº 12.232/2010;

19.5. Ocorrendo a concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação, é facultativa a sua aceitação por parte da Contratada, e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência e não estão compreendidos na obrigação prevista no subitem 15.11.1;

19.5.1. A equação econômico-financeira definida nesta licitação e no Contrato dela decorrente não se altera em razão da vigência ou não de planos de incentivo referidos no subitem acima, cujos frutos estão expressamente excluídos dela;

19.5.2. 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;

19.5.3. O desrespeito ao disposto no subitem anterior constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da agência contratada e a submeterá a processo administrativo em que, uma vez comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções legais previstas.

19.6. Para fins de interpretação da legislação de regência, valores correspondentes ao desconto-padrão de agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da agência de publicidade e, em consequência, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do desconto-padrão à agência de publicidade for efetivado por meio de veículo de divulgação;

19.7. Os serviços, objeto desta licitação poderão ser contratados no todo ou em parte, sempre subordinado à existência de recursos;

19.8. A participação nesta licitação implica na aceitação, em todos os termos, do presente Edital;

19.9. A Contratada assume exclusiva responsabilidade pelo cumprimento de todas as obrigações decorrentes dos serviços objeto desta Licitação, sejam de natureza trabalhista, previdenciária, civil ou fiscal, inexistindo a solidariedade da Prefeitura, relativamente a esses encargos inclusive os que, eventualmente, advirem de prejuízos causados a terceiros;

19.10. Não havendo expediente na Prefeitura na data designada para o recebimento dos envelopes, os mesmos serão recebidos no primeiro dia útil subsequente, no mesmo local e hora;

19.11. Na contagem dos prazos estabelecidos nesta licitação, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o dia do vencimento, e considerar-se-ão os dias consecutivos, exceto quando explicitamente disposto em contrário, só se iniciando e vencendo os prazos em dia de expediente na Prefeitura;

19.12. Os casos omissos serão resolvidos pela Comissão de Licitação, tomando-se por base as disposições constantes da Lei nº 12.232/2010, de forma complementar, pela Lei nº 8.666/1993, Lei Complementar nº 123/2006, Lei nº 4.680/1965, Decreto nº 57.690/1966, Decreto nº 4.563/2002, Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão), os preceitos do Direito Público e, supletivamente, os princípios da Teoria Geral dos Contratos e as disposições do Direito Privado.

19.13. A Prefeitura Municipal de Cajazeiras poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o respectivo Contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à licitante vencedora o contraditório e a ampla defesa quando esta:

- a) Venha a ser atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b) For envolvida em escândalo público e notório;
- c) Quebrar sigilo profissional;

- d) Utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e as quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais e que contrariem as condições estabelecidas pela Prefeitura Municipal de Cajazeiras, e
- e) Na hipótese de ser anulada a adjudicação em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.
- 19.14.** As reclamações referentes à documentação e às propostas deverão ser feitas no momento de sua abertura, por escrito, quando serão registradas em ata, sendo vedada a qualquer licitante observações ou reclamações posteriores, a este respeito;
- 19.15.** É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente proletrários, sujeitando-se o autor às sanções legais e administrativas previstas no art. 93 da Lei Federal 8.666/93 e alterações posteriores;
- 19.16.** Nenhuma indenização será devida às licitantes pela elaboração ou pela apresentação de documentação referente ao presente Edital;
- 19.17.** A licitação poderá ser revogada, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, devendo anulá-la por ilegalidade, de ofício ou mediante provocação de terceiros, nos termos do art. 49 da Lei nº 8.666, de 1993, não cabendo às licitantes direito à indenização;
- 19.18.** A nulidade do procedimento licitatório induz à anulação da Nota de Empenho, sem prejuízo do disposto no § único do art. 59 da Lei nº 8.666/93;
- 19.19.** No caso de alteração deste Edital no curso do prazo estabelecido para o recebimento dos documentos de habilitação e classificação, este prazo será reaberto, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das propostas;
- 19.20.** O licitante fica obrigado aceitar as mesmas condições estipuladas neste Edital, os acréscimos ou suspensões que se fizerem nos totais solicitados, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) conforme art. 65, §1º da Lei nº 8.666/93, se de conveniência da Prefeitura Municipal de Cajazeiras;
- 19.21.** É facultado à Comissão Permanente de Licitação em qualquer fase do processo licitatório, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do Processo vedada à inclusão posterior de documento;
- 19.22.** As omissões e dúvidas decorrentes do presente processo licitatório serão dirimidas à luz do contido na Lei Federal nº 8.666/93 e suas alterações;
- 19.23.** As questões decorrentes da execução deste Edital, que não possam ser dirimidas administrativamente, serão processadas e julgadas no Foro da Comarca de Cajazeiras, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

Cajazeiras/PB, em 20 de julho de 2022



José Anchieta César de Lima
Secretário de Comunicação

ANEXO I - DESCRIÇÃO DO OBJETO DA LICITAÇÃO

1. O objeto da licitação a CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO MUNICÍPIO DE CAJAZEIRAS, CONFORME SOLICITAÇÃO DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO, de acordo com a Lei nº 12.232/2010.

1.1. Também fazem parte do objeto do certame, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes a:

- 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 criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;
- c) À produção e à execução técnica das peças e/ou material criados pela agência contratada.

1.1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem terão a finalidade específica de:

- a) Gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Cajazeiras, 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 publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

1.1.2. É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações previstas na alínea "a" do subitem 1.1.1 de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

1.1.3. A contratação dos serviços, elencados no objeto, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

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

1.2. É vedado incluir outros serviços não previstos nos itens 1 e 1.1, em especial as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, conforme preconiza a Lei nº 12.232/2010.

1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem anterior, os patrocínios publicitários de projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

1.2.2. Os patrocínios publicitários, mencionados no item 1.2.1, os quais não são vedados, correspondem aos projetos de mídia realizados por meio da compra de espaços e/ou tempo publicitários em veículos de comunicação e divulgação, decorrentes da necessidade de associar uma marca, produto ou mensagem à transmissão de algum evento e/ou projeto esportivo, cultural, informativo ou de entretenimento.

1.3. Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse do Poder Executivo.

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

1.5. A AGÊNCIA realizará os serviços internos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores.

1.6. A AGÊNCIA atuará de acordo com solicitação do CONTRATANTE.

1.7. A AGÊNCIA contratada deve manter, à frente dos serviços, um representante credenciado por escrito, o qual será responsável pela direção dos serviços contratados e representará a AGÊNCIA perante o CONTRATANTE.

1.8. A Contratada deverá possuir e manter, durante todo o período do contrato, uma área para atender todas as necessidades solicitadas por parte da CONTRATANTE, de modo a garantir a qualidade e eficácia dos trabalhos desenvolvidos conforme todas as exigências constantes nesse instrumento.



ANEXO II - PROPOSTA TÉCNICA: ORIENTAÇÕES PARA A ELABORAÇÃO

1. As PARTICIPANTES deverão comprovar que tendem aos requisitos previstos na Lei 12.232/2010 e o disposto no Inciso IV do Art. 30 da Lei 8.666/1993.

1.1. O atendimento aos normativos acima referidos deverão ser comprovados por meio de Proposta Técnica estruturada em 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

2. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

2.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

Invólucro nº 1

2.1.1. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, cuja formatação geral e específica de seus subcritérios está definida neste anexo.

2.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela ANUNCIANTE, conforme a seguir:

a) O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada no local indicado no Edital;

2.1.1.2. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

2.1.1.3. Para preservar – até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Invólucro nº 1 não poderá:

a) Ter nenhuma identificação;

b) Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

c) Estar danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante, bem como seu conteúdo deve estar perfeitamente alocado em seu interior.

Invólucro nº 2

2.1.2. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

2.1.2.1. O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação: Invólucro nº 2 Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada Nome empresarial e CNPJ da licitante – Concorrência nº 00001/2022.

2.1.2.2. O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

2.1.2.3. O objetivo exclusivo do envelope nº 2 é a posterior identificação, para fins do cômputo geral de notas, das autoras do Invólucro nº 1, sendo seu conteúdo apenas usado como parâmetro de reconhecimento destas propostas.

Invólucro nº 3

2.1.3. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

2.1.3.1. O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação: Invólucro nº 3 Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação. Nome empresarial e CNPJ da licitante. Concorrência nº 00001/2022.

2.1.3.2. O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

2.1.3.3. O Invólucro nº 3 não poderá 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.

3. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA:

3.1. As PARTICIPANTES apresentarão Plano de Comunicação Publicitária elaborado com base no briefing constante do Anexo V deste Edital.

3.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser elaborado em 2 (duas) vias – IDENTIFICADA e NÃO IDENTIFICADA – que deverão ser acondicionadas separadamente nos ENVELOPES Nº 1 e Nº 2, conforme estabelecido no Edital.

3.3. A Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do ENVELOPE Nº 2.

3.4. A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, com a identificação da licitante, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa, e ser datada e assinada na última página e rubricada nas demais, pelo representante legal da PARTICIPANTE.

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

Quesitos - Subquesitos

I. Plano de Comunicação Publicitária

- a) Raciocínio Básico
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária
- c) Ideia Criativa
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia

II. Capacidade de Atendimento

III. Repertório

IV. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

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

- a) Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco, não deverão ser usadas sobrecapas em plástico, acetato ou qualquer outro material;
- c) Conteúdo impresso em papel A4, tipo offset ou equivalente, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;

- d) Espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- e) Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) Espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) Alinhamento justificado do texto;
- h) Texto e numeração de páginas em fonte 'arial', cor 'automático', tamanho '12 pontos', sem prejuízos das exceções dispostas nos subitens 3.6.1, 3.6.2 e 3.6.3;
- i) Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da folha;
- j) Sem identificação da licitante.

k) Não serão permitidas notas de rodapé no corpo do texto a nenhum título, exceto como adjuvante dos gráficos e tabelas, nos itens em que estes são expressamente permitidos.

3.6.1. As especificações do subitem 3.6 não se aplicam às peças tangibilizadas de que trata a alínea 'b' do subitem 3.7.3.

3.6.2. Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráfico e/ou tabela, observadas as seguintes regras:

- a) Os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) Para os dados e informações dos quadros e ou tabelas recomenda-se edição na fonte 'arial', preferencialmente, em estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '10 pontos';
- c) Apenas as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e/ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

- (i) Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 3.6.5, o papel A3 será computado como duas folhas de papel A4, respeitadas as margens previstas nas laterais das páginas, conforme definido no item 3.6 deste anexo.

3.6.3. Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

3.6.3.1. Apenas as páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

3.6.4. Os exemplos de peças e/ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 3.6, apesar de integrarem o mesmo envelope.

3.6.4.1. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto no item 2.1.1.3 e demais exigências deste anexo e do Edital.

3.6.4.2. Não é permitido que as peças não sejam coladas em pranchas ou similares que possam determinar a identidade da licitante, nem o uso de *passpartout* ou assemelhados. Quando impressas, deve-se usar o padrão de gramatura de papel proposto (75 gr/m² a 90 gr/m²), além de respeitar a sugestão de exposição em folha que, quando dobrada e fechada, mantenha o formato A4 de forma a permitir sua melhor inserção e manuseio no invólucro padrão sem maiores transtornos à subcomissão técnica.

3.6.5. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da Ideia Criativa estão limitados, no conjunto, a 10 páginas.

3.6.6. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

3.6.7. Para fins desta licitação, 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 publicitária.

3.6.8. Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar as etapas do 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. Não havendo necessidade de lançar nessas páginas os subitens deste projeto básico a que correspondem o quesito nem os textos expressos nesses subitens:

- a) Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 3.6, no que couber.
- b) Essas páginas, por não conterem conteúdo avaliatório, não contam no cômputo de páginas explicitado no subitem 3.6.5 deste anexo, não devendo ser numeradas quando utilizadas.

3.7. 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 anexo a este Edital, observadas as seguintes disposições:

3.7.1. Raciocínio Básico: composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo da Prefeitura Municipal de Cajazeiras e o contexto de atuação e sua população (dados sociodemográficos) no estado e na região. O texto deverá contemplar:

- a) Diagnóstico e interpretação dos desafios e problemas de comunicação do briefing introduzindo o trabalho da candidata;
- b) Considerações de público alvo da Prefeitura e da campanha em específico tratada no briefing;
- c) Premissas básicas para o desenvolvimento da estratégia de comunicação que será desenvolvida pela agência candidata nos itens que virão a seguir deste, incluindo a prioridade com que estas premissas devem ser atendidas nas estratégias subsequentes.

3.7.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: Derivado diretamente das considerações já apresentadas no item anterior, constitui-se de apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios e problemas - geral e específicos - de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos previstos 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, partindo do tema chave proposto no *briefing*, descartando soluções eventualmente consideradas, inicialmente, na estratégia e justificando seu descarte;
- b) Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, no que destacamos:

I. Definições sobre o comportamento dos públicos da campanha, formulando hipóteses e diagnósticos alicerçados em dados reconhecidos;

II. Definições sobre o conteúdo que deve estar inserido na campanha, em particular sobre o conteúdo e forma de abordar o público definido, norteando os itens que serão corporificados nas peças da relação presente na ideia criativa;

III. Desdobramentos posteriores da campanha, determinando como esta abordagem irá gerar longevidade a campanha;

IV. Definições temporais sobre o período correto de realizar a campanha, diante das diretrizes presentes;

V. Definições relativas ao modo de realizar a estratégia de campanha, em particular diretrizes gerais sobre os suportes midiáticos, instrumentos ou ferramentas que serão utilizados e razões que suportam essas diretrizes.

3.7.3. 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, como previsto no anteriormente, com comentários sobre a construção criativa de cada peça e/ou material, podendo ser em texto corrido ou tópicos, a critério dos licitantes;

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(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária. As peças exemplificadas devem estar indicadas de forma clara no texto descrito na alínea anterior.

c) Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 3.7.3 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 e a sua detalhada especificação no caso das peças não corporificadas que eventualmente irão compor a campanha, bem como de suas técnicas construtivas quando pertinente;

d) Os exemplos de peças e/ou material, de que trata a alínea 'b' do subitem 3.7.3, estão limitados a 5 (cinco), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e/ou material, podendo ser apresentados sob qualquer forma impressa – desde roteiro, layout e/ou storyboard impressos, para qualquer meio; descritivos e gráficos impressos para protótipo; detalhamento impresso de roteiros para realização de peças destinadas a rádio e internet;

II. Todos os exemplos devem ser apresentados, exclusivamente, em substrato papel, conforme demais normativas do certame;

III. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e/ou material superior ao que pode ser apresentado na forma 'exemplificada', a relação prevista na alínea 'a' do subitem 3.7.3 deverá ser elaborada em dois blocos (de texto ou de tópicos, conforme escolha da licitante): um para as peças e/ou material apresentados como exemplos (peças tangibilizadas) e outro para o restante que não será exemplificado (peças não tangibilizadas);

IV. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, sem suporte e/ou *passé-partout*. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas;

V. Cada peça e/ou material impresso deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, roteiro de filme TV, roteiro de spot para rádio, anúncio em revista, frames de banner para internet, etc.) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 3.7.3;

e) Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'exemplificadas', até o limite de que trata o subitem 3.7.3, devem ser observadas as seguintes regras:

I. As reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

II. Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

III. 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), apenas será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;

IV. Um hotsite e todas as suas páginas serão considerados uma peça;

V. Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

- VI.** Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- VII.** 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 apenas uma peça.

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

- a)** Texto de apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing anexo a este Edital, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas;
- b)** Texto diagnóstico sobre os públicos da campanha contemplados, seu consumo de mídia e perfis embasados em pesquisas e dados reconhecidos, sempre alicerçados em elementos demográficos e psicográficos, servindo de apoio aos argumentos oferecidos, o que inclui gráficos e tabelas referentes a estes conteúdos;
- c)** Texto com considerações detalhadas sobre as táticas de mídia propostas e números relativos ao alcance do plano proposto, permitindo a inclusão de tabelas e informações sobre as estratégias de *flight* propostas;
- d)** Simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e/ou materiais destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas que embasem as normativas técnicas utilizadas pelas candidatas para esta distribuição.
- (i)** Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 3.7.3 deverão constar dessa simulação, com seus respectivos períodos de distribuição das peças e/ou material e quantidades de inserção destes materiais;
- e)** Resumo geral com informações sobre, ao menos:
- I.** Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- II.** Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- III.** Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia com as respectivas quantidades a serem produzidas;
- IV.** Demais valores (absolutos e percentuais) que incluam o orçamento do exercício, inclusive custos de pesquisa e eventuais reservas técnicas designadas.
- f)** Quanto aos valores desta simulação, devem ser observados:
- I.** Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser considerados os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- II.** 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;
- III.** Não será necessário especificar os custos internos e honorários sobre serviços de fornecedores.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

3.8. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, constitui-se do mesmo conteúdo da via não identificada, sem os exemplos de peças e/ou material da Ideia Criativa, com a identificação da licitante. Deve 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, uma vez que não tem como propósito

qualquer tipo de avaliação técnica, sendo apenas referência para cotejamento dos conteúdos no momento final da avaliação desta etapa do certame.

Capacidade de Atendimento

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

3.9.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 3.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

3.9.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 3.9 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.

3.9.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação do conteúdo do caderno da Capacidade de Atendimento.

3.10. 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;

(i) Considera-se “à época da licitação” a data para entrega do presente caderno.

b) A quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se todas as áreas fundamentais: estudo; planejamento; criação; produção de rádio, produção em RTV e internet; produção gráfica; mídia e atendimento e tipo de disponibilidade desses funcionários;

c) As instalações, a infraestrutura física, infraestrutura de Tecnologia da Informação (hardware e software), segurança de fluxo de dados, de processos e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

d) A sistemática de atendimento e discriminação dos prazos a serem praticados em forma clara, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha, na elaboração de plano de mídia e fluxo de trabalho;

e) A discriminação detalhada das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência, dos periódicos assinados e da(s) auditoria(s) de circulação e controle de mídia (com suas respectivas abrangências) que colocará regularmente à disposição da ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

3.11. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

- 3.11.1.** Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem Repertório poderá ser editada em papel A3 dobrado.
- 3.11.2.** 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.
- 3.11.3.** Não há limitação de número de páginas para o conteúdo do caderno de apresentação do Repertório.
- 3.12.** O repertório é composto por um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pelo licitante, na seguinte forma: a) um DVD contendo até 03 (três) comerciais para televisão; b) um CD contendo até 03 (três) spots e/ou jingles para rádio; c) um conjunto de até 03 (três) anúncios destinados à mídia impressa;
- 3.12.1.** Para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica e texto resumo com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e parâmetros de construção da peça, além da 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 e outras questões pertinentes à alocação de verba, quando recomendável.
- 3.12.2.** As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2017.
- 3.12.2.1.** As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD, ou em pendrive, executável em qualquer computador com sistema operacional Windows.
- 3.12.2.2.** Qualquer problema técnico referente à mídia apresentada pela candidata poderá ter reflexo direto na nota da licitante e é de sua total e exclusiva responsabilidade.
- 3.12.2.3.** As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 3.11, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.
- 3.12.2.3.1.** Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não, desde que caibam no invólucro adequado.
- 3.12.2.4.** Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 3.12, 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 para o item.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

3.13.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 3.13 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 3.14, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

3.13.2. 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.

3.14. A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 3 (três) páginas, em que serão descritas soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

3.14.1. As propostas de que trata o subitem 3.14 devem ter sido implementadas a partir de 1º de janeiro de 2017.

3.14.2. Se a licitante apresentar relatos em quantidade inferior à estabelecida no subitem 3.14, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de relatos apresentados. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista para o subitem.

3.14.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela ANUNCIANTE.

a) 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.

b) Todas as páginas do relato devem estar rubricadas pelo autor do referendo e assinada na última folha do relato.

3.14.4. É facultada a inclusão de até 3 peças e/ou material, independentemente, do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

a) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pendrive executável em qualquer computador com sistema operacional Windows;

b) As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 3.13, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

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

II. as peças incluídas não terão suas páginas computadas nos limites do relato definidos no item 3.14;

c) para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a identificação das peças e detalhes de concepção criativa, quando pertinente.

ANEXO III - PROPOSTA DE PREÇOS: ORIENTAÇÕES PARA A ELABORAÇÃO E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

1. A proposta deverá ser apresentada devendo ser redigida no idioma português, sem rasuras, emendas ou entrelinhas, digitada em papel timbrado, datada e assinada por representante legal do licitante, na última folha, e rubricada nas demais.

2. A Proposta de Preço deverá conter:

2.1. Itens sujeitos a valoração, contendo as informações constantes no modelo de proposta – anexo a este Edital, indicando os percentuais em algarismos e por extenso, com os seguintes dados:

a) Percentual de desconto de, no mínimo, 20% (vinte por cento) a ser concedido à Prefeitura Municipal de Cajazeiras sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda na Paraíba - SINAPRO-PB, conforme a proposta apresentada pelo licitante vencedor;

b) Honorários (em percentual) de até 15% (quinze por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

c) Honorários (em percentual) de 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

I. Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;

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

III. À reimpressão de peças publicitárias.

d) Honorários (em percentual) de até 15% (quinze por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

2.2. Declaração da Licitante:

2.2.1. Comprometendo-se a repassar à Prefeitura, todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços;

2.2.2. Que o preço proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência dos contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

2.2.3. Afirmando que, nos preços propostos, estão inclusas todas as despesas com materiais, mão-de-obra

e respectivos encargos sociais, tributários, seguros, transportes e demais despesas necessárias à execução dos serviços objeto desta licitação, inclusive cessão de direitos autorais. Na ausência dessa declaração, serão consideradas inclusas todas as despesas mencionadas neste subitem;

2.2.4. Comprometendo-se de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos.

3. Será desclassificada a Proposta de Preços que:

- a)* Não atender as exigências deste Edital e de seus Anexos;
- b)* Apresentar preços baseados em outra proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a prestação dos serviços;
- c)* Apresentar percentual de desconto inferior a 20% (vinte por cento) a ser concedido à Prefeitura Municipal de Cajazeiras sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda na Paraíba - SINAPRO-PB, conforme a proposta apresentada pelo licitante vencedor;
- d)* Apresentar percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;
- e)* Apresentar percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:
 - I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;
 - II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
 - III. à reimpressão de peças publicitárias.
- f)* Apresentar percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.
- g)* Possuir preços manifestamente inexequíveis, observando-se o disposto no artigo 48 da Lei nº 8.666/93;
- h)* Apresentar preços excessivos, simbólicos, irrisórios, ou de valor zero, ou incompatíveis com os preços de mercado, observado o disposto no § 3º do art. 44 da Lei nº 8.666/93. Neste caso, antes da desclassificação, a Comissão de Licitação, marcará por escrito, o prazo de 02 (dois) dias corridos para que a empresa prove, por escrito, a compatibilidade dos preços com os praticados no mercado. Se a justificativa não for aceita, efetivar-se-á a desclassificação.

4. DA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

4.1. A Comissão Permanente de Licitação atribuirá notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme tabela a seguir:

ITEM	OBJETO	NOTA
01	<p>Percentual de desconto a ser concedido à Prefeitura Municipal de Cajazeiras sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, a ser concedido ao Anunciante, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda na Paraíba - SINAPRO-PB, conforme a proposta apresentada pelo licitante vencedor.</p> <p>Percentual Mínimo: 20%</p>	<p>Desconto inferior a 20%: Nota = 0,00</p> <p>Desconto igual ou superior a 20%: N = 0,5 x desconto</p>
02	<p>Honorários (em percentual), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição <u>não</u> lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965.</p> <p>Percentual máximo: 15%</p>	<p>Honorários superior a 15%: Nota = 0,00</p> <p>Honorários igual ou inferior a 15%: N = 3,0 x (15,0 – Honorários)</p>
03	<p>Honorários (em percentual), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:</p> <p>I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;</p> <p>II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação <u>não</u> lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;</p> <p>III. à reimpressão de peças publicitárias.</p> <p>Percentual máximo: 10%</p>	<p>Honorários superior a 10%: Nota = 0,00</p> <p>Honorários igual ou inferior a 10%: N = 3,0 x (10,0 – Honorários)</p>

04	Honorários (em percentual), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias. Percentual máximo: 15%	Honorário superior a 15%: Nota = 0,00 Honorários igual ou inferior a 15%: N = 3,0 x (15,0 – Honorários)
----	---	---

Observação: para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos **desconto e honorários** serão substituídos nas fórmulas da coluna **Notas** pelas respectivas percentagens que constarem de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo “%”.

4.2. As notas serão calculadas com 01 (uma) casa decimal.

4.3. A nota geral de cada Proposta de Preços será obtida mediante o somatório das notas atribuídas à totalidade dos quesitos constantes na tabela acima.

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

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

- O menor percentual de honorários mencionados no item “2” da tabela constante no item 4.1;
- O menor percentual de honorários mencionados no item “4” da tabela constante no item 4.1;
- O menor percentual de honorários mencionados no item “3” da tabela constante no item 4.1;
- O maior percentual de desconto mencionado no item “1” da tabela constante no item 4.1;

4.4.2. Em último caso, não havendo mais forma de desempate, será adotado sorteio, a ser realizado na própria Sessão, ou em ato público para o qual todas as AGÊNCIAS serão convocadas, vedado qualquer outro processo.

4.4.3. Decorridos 30 (trinta) minutos da hora marcada, sem que compareçam todos os convocados, o sorteio será realizado a despeito das ausências, vedado qualquer outro processo. Todas as AGÊNCIAS serão comunicadas, formalmente, do dia, hora e local do sorteio.

5. Não se considerará qualquer oferta ou vantagem não prevista neste Edital, ou vantagens baseadas nas ofertas dos demais licitantes.

6. O Prazo de validade da proposta será de, no mínimo, 60 (sessenta) dias, contados da data da entrega dos envelopes.

6.1. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no item acima ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão de Licitação realizará com ela diligência nos termos do §3º do art. 43 da Lei nº 8.666/1993, como forma de prorrogar o referido prazo.

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

7. Erros aritméticos serão retificados da seguinte forma: se houver discrepância entre os percentuais propostos, prevalecerá o montante por extenso e, se a licitante não aceitar a correção do erro, sua proposta será rejeitada.
8. No preço proposto estarão inclusos os encargos sociais e trabalhistas, toda carga tributária, os custos dos serviços e demais despesas indiretas, necessários ao pleno e completo fornecimento dos serviços licitados.
- 8.1 Pela percepção do desconto de agência, à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei n. 4.680/65.
9. Os percentuais apresentados e levados a efeito de julgamento serão de exclusiva e total responsabilidade da licitante, não lhe cabendo, neste caso, o direito de pleitear qualquer alteração.
10. Pertencem ao Contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação, nos termos do artigo 15, parágrafo único, da Lei Federal 12.232/2010.
11. A simples apresentação das propostas implicará a aceitação integral das condições fixadas neste Edital, bem como a observância da legislação e normas legais pertinentes.
12. Não serão consideradas quaisquer cláusulas ou condições especiais no corpo das propostas, oferta de vantagem não prevista neste Edital.
13. Poderão ser admitidas, a critério da CPL, alterações formais destinadas a sanar evidentes erros formais que não impliquem alteração do conteúdo das Propostas e desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta licitação.
14. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo Melhor Técnica:
- 14.1. Se a licitante mais bem classificada não tiver apresentado a Proposta de menor preço e nem concordado em praticá-lo, nos termos da negociação prevista no inciso II, § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666/93, a Comissão de Licitação adotará negociação idêntica, sucessivamente, com as demais licitantes, observada a ordem de classificação, até a consecução de acordo para a contratação prevista no presente certame, observada a mesma previsão legal.
- 14.2. A licitante que não concordar em praticar a Proposta de menor preço perderá o direito à contratação, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.
- 14.3. Caso todas as propostas sejam desclassificadas, o CONTRATANTE poderá fixar o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de novas propostas, excluídas as causas da desclassificação. Todas as AGÊNCIAS classificadas nesta licitação serão comunicadas, formalmente, do dia, hora e local da abertura dos novos envelopes. Neste caso, o prazo de validade das propostas será contado da nova data de abertura dos envelopes PROPOSTA.

ANEXO IV - MINUTA DE PROPOSTA DE PREÇOS

Apresentamos nossa proposta para prestação dos serviços de publicidade da licitação em referência.

1. IDENTIFICAÇÃO DA LICITANTE:

RAZÃO SOCIAL:

CNPJ e INSCRIÇÃO ESTADUAL:

ENDEREÇO, TELEFONE e E-MAIL:

AGÊNCIA e Nº DA CONTA CORRENTE:

2. CONDIÇÕES GERAIS

2.1 A proponente conhece e aceita os termos do instrumento convocatório que rege a presente licitação, bem como a minuta de contrato que o integra.

3. REMUNERAÇÃO

3.1 Declaramos que na vigência do contrato a ser assinado com este Órgão adotaremos:

a) o desconto de _____% (_____) sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, a ser concedido ao Anunciante, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda na Paraíba - SINAPRO-PB;

b) Honorários de _____% (_____) a serem cobrados à Prefeitura Municipal de Cajazeiras, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

c) Honorários de _____% (_____) a serem cobrados à Prefeitura Municipal de Cajazeiras, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;

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

III. à reimpressão de peças publicitárias.

d) Honorários de _____% (_____) a serem cobrados à Prefeitura Municipal de Cajazeiras, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

3.2 Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

3.3 O prazo de validade desta Proposta de Preços é de _____ (_____) dias corridos, contados de sua apresentação.

4. OUTRAS DECLARAÇÕES

4.1. Estamos cientes de que o ANUNCIANTE procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.



PREFEITURA MUNICIPAL DE CAJAZEIRAS
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



4.2. Comprometemo-nos:

a) a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação, transferindo ao ANUNCIANTE todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

b) de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, incluso nesses orçamentos.

4.3. Afirmamos que, nos preços propostos, estão inclusas todas as despesas com materiais, mão-de-obra e respectivos encargos sociais, tributários, seguros, transportes e demais despesas necessárias à execução dos serviços objeto desta licitação, inclusive cessão de direitos autorais.

4.4. Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da licitação em referência.

_____, ____ de _____ de 2022.

ASSINATURA E CARIMBO DA AGÊNCIA
(OBS.: REPRESENTANTE LEGAL DO LICITANTE)

Avenida Joca Claudino, S/N – Bairro Tancredo Neves.
E-mail: cplprefeituracajazeiras@gmail.com
Tel.: (83) 3531-2534



PREFEITURA MUNICIPAL DE CAJAZEIRAS
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



ANEXO V - BRIEFING DA CAMPANHA PARA A LICITAÇÃO

Breve Resumo de dados históricos e geográficos

A história do município de Cajazeiras remonta ao século XVIII, quando foi emancipado em 22 de agosto de 1863.

Conhecida como "a Terra que ensinou a Paraíba a ler", teve origem na Fazenda Cajazeiras, onde um dos seus herdeiros, Inácio de Sousa Rolim, fundou um colégio salesiano, a "Casa Escola", um internato por onde passaram, entre outros ilustres paraibanos, o Padre Cícero. Atualmente esta escola é representada pelo Colégio Diocesano Padre Rolim.

Localizado no Sertão do Estado da Paraíba, distante a 475 km da capital João Pessoa, atualmente tem uma população de 62.289 habitantes (IBGE 2020), com IDH médio de 0,679 (PNUD/2010).

Os principais vetores da economia vem do setor terciário, onde cerca de 40% da população economicamente ativa trabalha no setor de serviços, e aproximadamente 20% no comércio local.

O município tem uma renda per capita de R\$ 503,88 (IBGE 2010), que traz enormes desafios ao poder público, para atender as mais diversas necessidades da população, potencializadas com os reflexos da Pandemia há mais de dois anos.

Mesmo priorizando as ações de combate ao Coronavírus, de forma incessante, em várias frentes, com destaque aos Centros de Referência da Covid-19, fazendo Cajazeiras a cidade que mais testou no Sertão, a Administração Municipal não parou as obras e ações das outras áreas, em todas as regiões do município.

São investimentos em todos os setores, transpassando Educação, Saúde, Meio Ambiente, Cultura, Transparência, Esportes, Ação Social, entre outras.

Obras como pavimentação e asfaltamento de ruas, construção de rotatórias, praças, reforma de escolas, reforma e construção de unidades de saúde, do Centro de Comercialização de Frutas, entre outras, sinalizam que a cidade fomenta a retomada da economia, impulsionando toda a região.

Mesmo diante de todas as adversidades, a Prefeitura mantém em dia o seu calendário de pagamento de servidores e conseguindo, inclusive, realizar o pagamento antecipado do 13º salário, reflexo da eficiência fiscal da gestão.

Dessa forma, é necessária uma campanha publicitária que informe à população que, ao tempo em que os cuidados na área da Saúde, especialmente (mas não exclusivamente) dedicados ao combate da Pandemia não cessaram, o Município acelerou os investimentos em obras e ações à população, nas mais diversas áreas, proporcionando desenvolvimento e melhores condições de vida à população.

Mister se faz comunicar ao munícipe das ações e programas atualmente disponíveis à população, bem como atualizar as informações acerca das mais importantes obras em andamento, que facilitarão a vida do cajazeirense e de seus visitantes.

Avenida Joca Claudino, S/N – Bairro Tancredo Neves.
E-mail: cplprefeituracajazeiras@gmail.com
Tel.: (83) 3531-2534

Informações Relevantes:

- a) Os aspectos de marketing e comunicação e seu delineamento deverão ser levados em conta;
- b) Todo o escopo de mídia deverá ter a defesa técnica sobre os meios/veículos utilizados;
- c) As informações e o amparo para o delineamento da campanha devem ser retirados em fonte pública, a partir da imprensa, ou no site oficial da Prefeitura Municipal de cajazeiras: (www.cajazeiras.pb.gov.br).

Objetivo de Comunicação:

Divulgar as principais obras e ações desenvolvidas pela Prefeitura de Cajazeiras, mas sem perder o foco no enfrentamento à Pandemia do Coronavírus, para que os seus habitantes e visitantes possam, ao mesmo tempo, ter a segurança da adoção do cumprimento fiel das medidas restritivas impostas pela legislação, mas sem perder o foco na retomada das atividades econômicas que geram emprego e renda.

Objetivo de Mídia:

A proposta seria dentro do Planejamento de Mídia apresentado, aplicar o orçamento estipulado dentro de um período de 30 (trinta) dias, fazendo com que a verba tenha rentabilidade em veiculação que atinja toda a população do município, de forma rápida, clara e objetiva.

Meios de comunicação e frequência:

Proporcional ao investimento e realidade da região e o seu público-alvo.

Verba:

Para aplicar em custos de criação, produção e veiculação *crossmedia* podem ser aplicados R\$ 100.000,00 (cem mil reais) na campanha proposta.

Público-Alvo:

Adultos, maiores de 16 anos, moradores do município de Cajazeiras

Cajazeiras, 01 de julho de 2022

Prefeitura Municipal do Cajazeiras



PREFEITURA MUNICIPAL DE CAJAZEIRAS
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



ANEXO VI - MODELO DE CREDENCIAMENTO

OBS.: No caso de instrumento particular, deverá ser comprovada a capacidade de o signatário nomear procurador, mediante apresentação de cópia do estatuto ou contrato social em vigor, e, quando se tratar de sociedade anônima, da ata de nomeação do signatário.

- OBS.:**
- Preencher em papel timbrado da Empresa
 - Apresentar juntamente com o RG (Cédula de Identidade)
 - Esta Carta de Credenciamento não deverá vir inserida em nenhum dos envelopes, de modo a ser exibida pelo referido representante antes da abertura da sessão.

MODELO

À Contratante

Ref.: EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº _____

OUTORGANTE: (nome, endereço, razão social etc)

OUTORGADO: (nome e qualificação do representante)

OBJETO:

Representar a outorgante perante a Prefeitura Municipal de Cajazeiras, no curso da Concorrência nº ____/2022, que se realizará no (Nome e endereço da dependência).

PODERES:

Retirar editais, apresentar documentação e proposta, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso, bem como assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

_____ - _____ de _____ de _____.

(Nome completo do declarante)

(Nº da C.I. do declarante)

(Assinatura do declarante)

Avenida Joca Claudino, S/N – Bairro Tancredo Neves.
E-mail: cplprefeituracajazeiras@gmail.com
Tel.: (83) 3531-2534



PREFEITURA MUNICIPAL DE CAJAZEIRAS
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



ANEXO VII - MINUTA DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE

(No papel timbrado da empresa)

À Comissão Permanente de Licitação
Prefeitura Municipal de Cajazeiras
Concorrência n.º. ____/2022

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE

_____, CNPJ n.º _____
(Nome da Empresa)

Sediada à _____
(Endereço Completo)

Declara, sob as penas da lei, que até a presente data inexistem fatos impeditivos para sua habilitação na Concorrência n.º. 00001/2022, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

_____, ____ de _____ de ____.

(Nome completo do declarante)

(N.º da C.I. do declarante)

(Assinatura do declarante)

Avenida Joca Claudino, S/N – Bairro Tancredo Neves.
E-mail: cplprefeituracajazeiras@gmail.com
Tel.: (83) 3531-2534

ANEXO VIII - MINUTA DE INEXISTÊNCIA DE MENOR TRABALHADOR

(No papel timbrado da empresa)

À Comissão Permanente de Licitação
Prefeitura Municipal de Cajazeiras
Concorrência n°. ____/2022

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE MENOR TRABALHADOR

_____, CNPJ n° _____
(Nome da Empresa)

Sediada à _____
(Endereço Completo)

Por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr(a): _____, portador do R.G n° _____ e inscrito no CPF sob o n° _____, DECLARA para fins do disposto do inciso V, art. 27 da Lei Federal 8.666/93, acrescido pela Lei Federal n° 9.854/99, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesseis) anos.

Ressalva: empregar menor, a partir de 14 (quatorze) anos na condição de aprendiz:

a) () Sim b) () Não

_____, ____ - _____ de _____ de _____

(Nome completo do declarante)

(N° da C.I. do declarante)

(Assinatura do declarante)





PREFEITURA MUNICIPAL DE CAJAZEIRAS
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



ANEXO IX – MINUTA DA DECLARAÇÃO

(No papel timbrado da empresa)

À Comissão Permanente de Licitação
Prefeitura Municipal de Cajazeiras
Concorrência nº. ____/2022

_____, CNPJ nº _____
(Nome da Empresa)

Sediada à _____
(Endereço Completo)

Por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a): _____, portador do R.G nº _____ e CPF nº _____, DECLARA para fins:

- a) que recebeu e estudou todos os documentos inerentes à presente competição e tomado conhecimento integral do teor do Edital de licitação supracitado, sujeitando-se às disposições nele contidas;
- b) que adota medidas e ações destinadas a evitar ou corrigir danos ao meio ambiente, segurança e medicina do trabalho, que possam vir a ser causados na execução do objeto desta licitação.
- c) que não foi declarada inidônea para licitar ou contratar com a Administração Pública, seja da administração direta ou indireta, bem como comunicará qualquer fato ou evento superveniente quanto à habilitação ao certame supra, especificamente à Qualificação Técnica, Regularidade Fiscal, Capacidade Jurídica e Situação Econômico-Financeira;
- d) que na composição societária não existe participação de dirigentes ou empregados da Contratante.

_____, ____ - _____ de _____ de _____

(Nome completo do declarante)

(Nº da C.I. do declarante)

(Assinatura do declarante)



PREFEITURA MUNICIPAL DE CAJAZEIRAS
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



ANEXO X – MINUTA DE TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS

(No papel timbrado da empresa)

À Comissão Permanente de Licitação
Prefeitura Municipal de Cajazeiras
Concorrência n°. ____/2022

_____, CNPJ n° _____
(Nome da Empresa)

Sediada à _____
(Endereço Completo)

Por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a): _____, portador do R.G n° _____ e CPF n° _____, em relação a questão dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, declara que:

Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos constantes no Edital e seus anexos, bem como, no que diz respeito ao tratamento dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, que:

- a) A CONTRATADA cede à CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças (material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, CDs, composições, arranjos, execução de trilha sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras modalidades de publicidade existentes ou que venham a ser inventadas de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato.
- b) A cessão de que trata a alínea anterior será por tempo indeterminado, ficando vedada à CONTRATADA a cobrança de qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.
- c) A CONTRATANTE poderá, a seu critério, utilizar os direitos cedidos, diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato, ou após o prazo de vigência, inclusive em caso de rescisão, não cabendo à CONTRATADA qualquer espécie de remuneração.
- d) A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos da Administração Direta ou Indireta da Prefeitura Municipal de Cajazeiras, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.
- e) Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.
- f) 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.
- g) 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

Avenida Joca Claudino, S/N – Bairro Tancredo Neves.
E-mail: cplprefeituracajazeiras@gmail.com
Tel.: (83) 3531-2534

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 nas alíneas seguintes “h)” e “i)”.

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

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

j) Com vistas às contratações relacionadas a bens e serviços especializados que envolvam direitos de autor e conexos, nos termos da Lei nº 9.610/1998, a CONTRATADA solicitará, dos fornecedores, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

l) Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nas alíneas “h)” e “i)”, 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.

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

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

_____, ____ - _____ de _____ de _____

(Nome completo do declarante)

(Nº da C.I. do declarante)

(Assinatura do declarante)

ANEXO XI - MINUTA DO CONTRATO ADMINISTRATIVO

CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº ____/2022

**CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS EM
REGIME DE EXECUÇÃO INDIRETA, QUE ENTRE
SI FAZEM A PREFEITURA MUNICIPAL DE
CAJAZEIRAS- PB E _____.**

1. A Prefeitura Municipal de Cajazeiras, Estado da Paraíba, com sede na Avenida Coronel Juvêncio Carneiro, nº 253, Centro, Cajazeiras/PB, inscrito no CNPJ sob o nº 08.923.971/0001-15, neste ato representado pelo Prefeito, José Aldemir Meireles de Almeida, brasileiro, casado, médico, portador do CPF nº. 091.718.434-34 e da Cédula e Identidade Civil nº. 107.156 - SSP/PB, residente e domiciliado na Rua Emídio Assis, nº 110, Santa Cecília, Cajazeiras/PB, doravante denominada CONTRATANTE, e o(a) inscrito(a) no CNPJ/MF sob o nº, sediado(a) na, em doravante designada CONTRATADA, e do outro lado a _____, pessoa jurídica de direito privado, devidamente inscrita no CNPJ sob o nº _____, com sede à _____, neste ato representada pelo(a) Senhor(a) _____, _____, _____, portador(a) do CPF nº _____ e da Identidade Civil RG Nº _____ - SSP - _____, de ora em diante denominada **CONTRATADA**, resolvem celebrar o presente contrato, em conformidade com a Concorrência Nº _____, e em observância ao disposto nos termos da Lei nº 12.232/2010 e, subsidiariamente, da Lei nº 8.666 de 21 de junho de 1993, e demais dispositivos legais, de acordo com as cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DAS DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1. Este Contrato está vinculado à Licitação na modalidade Concorrência, nos termos e condições do Edital de CONCORRÊNCIA Nº 00001/2022, do tipo “melhor técnica”.

CLÁUSULA SEGUNDA - DO OBJETO

2.1. CONTRATATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO MUNICÍPIO DE CAJAZEIRAS, CONFORME SOLICITAÇÃO DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO, de acordo com a Lei 12.232/2010.

2.1.1. Também fazem parte do objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes a:

- 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 criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;
- c) à produção e à execução técnica das peças e/ou material criados pela agência contratada.

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

- a) gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Cajazeiras, 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;

Avenida Joca Claudino, S/N – Bairro Tancredo Neves.
E-mail: cplprefeituracajazeiras@gmail.com
Tel.: (83) 3531-2534

c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

2.1.1.2 É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações previstas na alínea “a” do subitem 2.1.1 de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto deste contrato de prestação de serviços de publicidade.

2.1.2 É vedado incluir outros serviços não previstos nos itens 2.1 e 2.1.1, em especial as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, conforme preconiza a Lei nº 12.232/2010.

2.1.3 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem anterior, os patrocínios publicitários de projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

2.1.3.1 Os patrocínios publicitários, mencionados no item 2.1.3, os quais não são vedados, correspondem aos projetos de mídia realizados por meio da compra de espaços e/ou tempo publicitários em veículos de comunicação e divulgação, decorrentes da necessidade de associar uma marca, produto ou mensagem à transmissão de algum evento e/ou projeto esportivo, cultural, informativo ou de entretenimento.

2.1.4 Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse do Poder Executivo.

2.2. As obrigações contidas no Edital e seus anexos, na proposta do CONTRATADO, integram expressamente o objeto deste contrato. As obrigações neles previstas vinculam o CONTRATADO, que será responsabilizado por qualquer inexecução ou inadimplemento.

2.3. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços exclusivos da própria contratada.

2.4. A agência atuará por ordem e conta da Prefeitura, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.5. O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será propriedade da Prefeitura, sendo, portanto, proibida a sua divulgação por qualquer meio ou sua reprodução total ou parcial sem expressa autorização, ficando o contratado sujeito às penalidades aplicáveis.

CLAUSULA TERCEIRA – DO VALOR DO CONTRATO, DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS E DA REMUNERAÇÃO

3.1 As despesas a serem realizadas pela contratada estão estimadas em **RS 700.000,00 (setecentos mil reais)**, sendo este valor meramente estimativo em razão da expectativa de uso dos serviços de publicidade e da disponibilidade orçamentária, não estando a Contratante obrigada a utilizar a totalidade do valor contratado.

3.2 Os recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2022 estão consignados na dotação orçamentária da Prefeitura Municipal de Cajazeiras.

3.3 Se a Contratante optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

3.3.1 As despesas para o exercício futuro correrão à conta das dotações orçamentárias indicadas em termo aditivo ou apostilamento.

3.4 A Contratante se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade das verbas previstas.

3.5 Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada e sobre:

a) Percentual de desconto de, _____% (_____ por cento), a ser concedido à Prefeitura

Municipal de Cajazeiras sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda na Paraíba - SINAPRO-PB, conforme a proposta apresentada pelo licitante vencedor;

b) Honorários (em percentual) de _____% (_____ por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

c) Honorários (em percentual) de _____% (_____ por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;

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

III. à reimpressão de peças publicitárias.

d) Honorários (em percentual) de _____% (_____ por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

e) Pela percepção do desconto de agência, à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei n. 4.680/65.

3.6 Os layouts reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

3.6.1 Os custos e as despesas de veiculação apresentados a Contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

3.6.2 Pertencem à Contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de publicidade/propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

3.7 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo sobre cachê original a ser pago pela CONTRATANTE a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será de 50% (cinquenta por cento).

3.7.1 O valor inicialmente contratado poderá ser repactuado, tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Nacional de Preço ao Consumidor Amplo Especial (IPCA-E), desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

3.8 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo sobre o valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas às peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras, será de 50% (cinquenta por cento).

3.8.1 O valor inicialmente contratado poderá ser repactuado, tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Nacional de Preço ao Consumidor Amplo Especial (IPCA-E), desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

3.9 Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade.

CLÁUSULA QUARTA - DO PAGAMENTO

4.1 Os pagamentos dar-se-ão da seguinte forma:

4.1.1 Valores relativos aos serviços de terceiros:

a) Condição de Pagamento: Fica estabelecido que os valores devidos com as operações com terceiros serão pagos pelo CONTRATANTE em até 10 (dez) dias úteis após a realização dos serviços e entrega das respectivas notas fiscais e demais documentos relativos ao faturamento.

b) Condição de Faturamento: As Notas Fiscais referentes à prestação de serviço de terceiros deverão ser entregues pela contratada na sede da Contratante. Juntamente com o documento fiscal deverá ser entregue cópia das Notas Fiscais das empresas subcontratadas pela contratada, cópias dos orçamentos, cópia das ordens de compras devidamente assinadas, cópias das autorizações de publicação devidamente assinadas e cópias dos pedidos de inserção.

c) Forma de Pagamento: O pagamento será efetuado mediante depósito bancário na conta corrente da CONTRATADA, descrita no contrato firmado entre as partes, sendo efetuado a retenção na fonte de tributos e contribuições descritas na legislação em vigor.

4.1.2 Valores relativos aos serviços prestados pela contratada:

a) Condição de Pagamento: Fica estabelecido que os valores devidos com os serviços prestados pela CONTRATADA serão pagos pelo CONTRATANTE, em até 10 (dez) dias úteis após a realização dos serviços e entrega das respectivas notas fiscais e demais documentos relativos ao faturamento.

b) Condição de Faturamento: As Notas Fiscais deverão ser entregues pela contratada na sede da Contratante.

4.2 Para efetivação de cada pagamento, será verificada todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

4.3 Os pagamentos sofrerão as retenções de impostos, conforme legislação vigente.

4.4 Os pagamentos serão através de crédito na conta bancária da empresa contratada.

4.5 As datas citadas acima poderão sofrer alterações, mediante acordo entre as partes, em função de particularidades de alguma contratação.

4.6 Para pagamento das despesas com veiculação, deverão constar dos procedimentos de execução do contrato os documentos fiscais apresentados pela contratada, a demonstração do valor devido ao veículo, sua tabela de preços, a indicação dos descontos negociados, os pedidos de inserção e, sempre que possível, relatório de checagem a cargo de empresa independente.

4.6.1 Quando não for possível a apresentação do relatório de checagem de veiculação previsto neste item, a contratada demonstrará essa impossibilidade, para que o contratante pondere e decida.

4.7 Além da remuneração prevista, 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.

4.8 O desconto padrão de agência é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

4.9 O pagamento somente será efetuado após o “atesto”, pelo servidor competente, da Nota Fiscal/Fatura apresentada pela CONTRATADA, condicionado à verificação da conformidade da Nota Fiscal/Fatura apresentada pela CONTRATADA e do regular cumprimento das obrigações assumidas.

4.10 Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal/Fatura ou dos documentos pertinentes à contratação, ou, ainda, circunstância que impeça a liquidação da despesa, o pagamento ficará pendente até que a

CONTRATADA providencie as medidas saneadoras. Nesta hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a comprovação da regularização da situação, não acarretando qualquer ônus para a CONTRATANTE.

4.11 Antes do pagamento, a Contratante verificará condições de habilitação e qualificação da Contratada, especialmente quanto à regularidade fiscal, que poderá ser feita em sites oficiais, devendo seu resultado ser impresso, autenticado e juntado ao processo de pagamento.

4.12 A CONTRATADA regularmente optante pelo Simples Nacional, nos termos da Lei Complementar nº 123, de 2006, não sofrerá a retenção tributária quanto aos impostos e contribuições abrangidos por aquele regime. No entanto, o pagamento ficará condicionado à apresentação de comprovação, por meio de documento oficial, de que faz jus ao tratamento tributário favorecido previsto na referida Lei Complementar.

4.13 Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a CONTRATADA não tenha concorrido de alguma forma para tanto, o valor devido deverá ser acrescido de encargos moratórios proporcionais aos dias de atraso, apurados desde a data limite prevista para o pagamento até a data do efetivo pagamento, à taxa de 6% (seis por cento) ao ano, aplicando-se a seguinte fórmula:

$$EM = I \times N \times VP$$

EM = Encargos Moratórios a serem acrescidos ao valor originariamente devido

I = Índice de atualização financeira, calculado segundo a fórmula:

$$I = \frac{6}{100}$$

365

N = Número de dias entre a data limite prevista para o pagamento e a data do efetivo pagamento

VP = Valor da Parcela em atraso

CLÁUSULA QUINTA - DO REAJUSTAMENTO DOS PREÇOS

5.1. Após o período de 12 (doze) meses, os preços poderão ser reajustados pela tabela vigente da SINAPRO/PB, caso esta tenha sido reajustada.

5.2. Na prorrogação, o ANUNCIANTE poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.

5.3. O reajuste de preços dar-se-á após parecer jurídico e decisão fundamentada da Administração e se materializará mediante aditivo contratual ou simples apostilamento.

CLÁUSULA SEXTA - DA VIGÊNCIA

6.1. O prazo de vigência do Contrato será de 12 meses, a partir da data da sua assinatura, podendo, por interesse da Administração, ser prorrogado por períodos iguais e sucessivos, limitado a sua duração a 60 (sessenta) meses, nos termos do inciso II do artigo 57, da Lei nº 8.666, de 1993.

6.2. A CONTRATADA não tem direito subjetivo à prorrogação contratual.

6.3. Tanto a prorrogação de prazos, quanto a alteração deste Contrato, serão efetuadas mediante Termo de Aditamento.

CLÁUSULA SÉTIMA - DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATADO

7.1. A CONTRATADA tem as seguintes obrigações

7.1.1 Iniciar a prestação/execução dos serviços após a assinatura do Contrato, mediante solicitação da Contratante.

7.1.2 Prestar à Contratante os serviços ora contratados, obrigando-se a não assumir encargos de qualquer natureza, salvo por explícita concordância da Contratante.

7.1.3 Efetuar e apresentar, antes das subcontratações, cotações de preços para aquisição de suprimentos, com pelo menos 03 (três) fornecedores, remetendo à Contratante para prévio exame e aprovação. A cada processo de cotação de preços, a Contratante reserva-se o direito de efetuar novas cotações, visando à obtenção da proposta mais vantajosa para Administração.

7.1.3.1 Executar todas as contratações de suprimentos deverão ser autorizadas pela Contratante.

7.1.3.2 Executar todas as contratações de serviços de produção, sejam com ou sem os serviços de supervisão, deverão, obrigatoriamente, ser autorizadas pela Contratante.

7.1.4 Apresentar à Contratante todas as estimativas de custos para prestação dos serviços e outros subcontratados que lhe forem incumbidos.

7.1.5 Efetuar todos os pagamentos decorrentes de serviços executados por ordem da Contratante, dentro das condições e prazos estipulados nas faturas originais de serviços, responsabilizando-se civil e criminalmente pelo não-cumprimento destas obrigações.

7.1.6 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos financeiros e que redundem em aumento de despesas ou perdas de descontos.

7.1.7 Administrar e executar todos os contratos firmados com terceiros respondendo por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a própria Contratante.

7.1.8 Responder pelas consequências resultantes de qualquer ação judicial movida por terceiros contra a Contratante, com base na legislação de proteção a industrial ou de direitos autorais, relacionados com os serviços, objeto do presente contrato.

7.1.9 Responsabilizar-se pelos danos causados, na hipótese da CONTRATADA violar direitos do autor e os direitos que lhe são conexos previstos na legislação específica, no ato da cessão dos referidos direitos à Contratante.

7.1.10 Não assumir quaisquer despesas em nome e por conta da Contratante, sem sua expressa autorização.

7.1.11 Informar à Contratante toda e qualquer excepcionalidade ocorrida durante a prestação do serviço, para que sejam tomadas as providências necessárias.

7.1.12 Acompanhar a veiculação publicitária que lhe for incumbida pelo CONTRATANTE, por meio de auditoria externa e da conferência (checking) dos mapas de veiculação.

7.1.13 Responsabilizar-se pelos danos causados à Contratante ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento pela Contratante.

7.1.14 Responsabilizar-se por quaisquer acidentes de que possam ser vítimas seus empregados e prepostos, quando nas dependências dessa Contratante ou em outro local, executando o objeto da licitação, devendo adotar as providências que, a respeito, exigir a legislação em vigor.



7.1.15 Solucionar todos os eventuais problemas pertinentes ou relacionados com a execução do objeto da licitação, mesmo que para isso outra solução não prevista no Edital tenha que ser apresentada para aprovação e implementação, sem ônus adicionais para a Contratante, desde que de responsabilidade da CONTRATADA.

7.1.16 Formalizar a cessão dos direitos de propriedade e de utilização dos materiais obtidos durante a prestação de serviços e dos produtos finais que forem gerados.

7.1.17 Manter total sigilo sobre os serviços executados, vedada a divulgação de qualquer informação sem a prévia autorização do CONTRATANTE.

7.1.18 Não sobrepor os planos de incentivo aos interesses do 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.

7.1.19 Reservar e comprar espaço e/ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta do respectivo contratante, se previamente os identificar e tiver sido por ele expressamente autorizada.

7.1.20 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados, exceto no que tange à compra de mídia:

- a) fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;
- b) apresentar, pelo menos, 3 (três) orçamentos coletados entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, conforme determinação contida no art. 14 da Lei nº 12.232/2010;
- c) exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;
- d) 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;
- e) 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, relativo ao seu domicílio ou sede, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o serviço a ser fornecido.

7.1.21 Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e/ou material produzidos, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato.

7.1.22 Obter as licenças necessárias à execução dos serviços junto às repartições competentes.

7.1.23 Manter, durante a vigência do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas pela Lei 8.666/93.

7.1.24 Observar as demais obrigações impostas no Edital da licitação e nos seus anexos.

CLÁUSULA OITAVA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

8.1. Proporcionar todas as condições para que a CONTRATADA possa desempenhar seus serviços de acordo com as determinações do Contrato, do Edital e seus Anexos.

8.2. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pela CONTRATADA, de acordo com as cláusulas contratuais e os termos de sua proposta.

8.3. Exercer o acompanhamento e a fiscalização dos serviços por servidor especialmente designado, anotando em registro próprio as falhas detectadas.

8.4. Notificar a CONTRATADA por escrito da ocorrência de eventuais imperfeições no curso da execução dos serviços, fixando prazo para a sua correção.

8.5. Pagar à CONTRATADA o valor resultante da prestação do serviço, na forma do contrato.

8.6. Zelar para que durante toda a vigência do contrato sejam mantidas, em compatibilidade com as obrigações assumidas pela CONTRATADA, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

8.7. Realizar cadastro prévio para que haja o fornecimento de bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, conforme determina o art. 14 da Lei nº 12.232/2010.

8.8. Divulgar no sítio do contratante na internet, em local específico para esse fim, as informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, garantindo o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

CLÁUSULA NONA - DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

9.1 Sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal que couber, garantido o contraditório e a ampla defesa, poderá a CONTRATANTE aplicar à CONTRATADA as seguintes penalidades, previstas nos artigos 86 a 88 da Lei 8.666/93:

a) Advertência por faltas leves, assim entendidas aquelas que não acarretem prejuízos significativos para a Contratante;

b) Multa moratória de até 0,5% (meio por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 20 (vinte) dias;

b.1 – Em se tratando de inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia (seja para reforço ou por ocasião de prorrogação), aplicar-se-á multa de 0,07% (sete centésimos por cento) do valor do contrato por dia de atraso, observado o máximo de 2% (dois por cento), de modo que o atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias autorizará a Administração contratante a promover a rescisão do contrato;

b.2 – As penalidades de multa decorrentes de fatos diversos serão consideradas independentes entre si.

c) – Multa compensatória de até 20% (vinte por cento) sobre o valor total do contrato, no caso de inexecução total do objeto;

c.1– Em caso de inexecução parcial, a multa compensatória, no mesmo percentual do subitem acima, será aplicada de forma proporcional à obrigação inadimplida;

d) Suspensão de licitar e impedimento de contratar com o órgão, entidade ou unidade administrativa pela qual a Administração Pública opera e atua concretamente, pelo prazo de até dois anos;

e) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a Contratada ressarcir a Contratante pelos prejuízos causados e após decorrido o prazo da penalidade de suspensão do subitem anterior;

9.2 A penalidade de multa pode ser aplicada cumulativamente com as demais sanções.

9.3 A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Administração, observado o princípio da proporcionalidade.

9.4 As multas devidas e/ou prejuízos causados à CONTRATANTE serão deduzidos dos valores a serem pagos, ou recolhidos em favor da Prefeitura de Cajazeiras, ou deduzidos da garantia, ou ainda, quando for o caso, serão inscritos na Dívida Ativa do Município e cobrados judicialmente.



CLÁUSULA DÉCIMA – GARANTIA DE CUMPRIMENTO DAS OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS E SEGUROS

10.1. A CONTRATADA, na assinatura deste Termo de Contrato, prestou garantia no valor de R\$ (.....), na modalidade de, correspondente a% (.... por cento) de seu valor total, observadas as condições previstas no Edital.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA- DA RESCISÃO CONTRATUAL

11.1. A inexecução total ou parcial deste contrato enseja a sua rescisão, conforme disposto nos arts. 77 a 80 da Lei Nº 8.666/93.

11.1.1. Os casos de rescisão contratual deverão ser formalmente motivados nos autos do processo, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

11.2. A rescisão do contrato poderá ser:

11.2.1. Determinada por ato unilateral e escrito da CONTRATANTE, nos casos enumerados nos incisos I a XII, XVII e XVIII da Lei Nº 8.666/93, notificando-se a CONTRATADA com a antecedência mínima de 30 (trinta) dias.

11.2.2. Amigável, por acordo entre as partes, desde que haja conveniência para a CONTRATANTE;

11.2.3. Judicial, nos termos da legislação vigente sobre a matéria.

11.2.3.1. A rescisão administrativa ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

11.3. A rescisão por descumprimento das cláusulas contratuais acarretará a execução da garantia contratual, para ressarcimento da CONTRATANTE, e dos valores das multas e indenizações a ela devidos, bem como a retenção dos créditos decorrentes do Contrato, até o limite dos prejuízos causados à CONTRATANTE, além das sanções previstas neste instrumento.

11.4. A CONTRATADA reconhece os direitos da CONTRATANTE em caso de rescisão administrativa prevista no art. 77 da Lei nº 8.666, de 1993.

11.5. O termo de rescisão deverá indicar, conforme o caso:

11.5.1. Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

11.5.2. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

11.5.3. Indenizações e multas.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DA FISCALIZAÇÃO

12.1. A fiscalização do presente Contrato será exercida por um representante da Administração, ao qual competirá dirimir as dúvidas que surgirem no curso da execução do contrato e de tudo dará ciência à Administração.

12.2. A fiscalização de que trata esta cláusula não exclui nem reduz a responsabilidade da CONTRATADA, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade, ainda que resultante de imperfeições técnicas, vícios redibitórios, ou emprego de material inadequado ou de qualidade inferior e, na ocorrência desta, não implica em corresponsabilidade da CONTRATANTE ou de seus agentes e prepostos, de conformidade com o art. 70 da Lei nº 8.666, de 1993.

12.3. O gestor do contrato anotar em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com a execução do contrato, indicando dia, mês e ano, bem como o nome dos empregados eventualmente envolvidos.



PREFEITURA MUNICIPAL DE CAJAZEIRAS
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



determinando o que for necessário à regularização das faltas ou defeitos observados e encaminhando os apontamentos à autoridade competente para as providências cabíveis.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DAS ALTERAÇÕES

- 13.1.** Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina do artigo 65 da Lei nº 8.666, de 1993.
- 13.2.** No interesse da CONTRATANTE, o valor do contrato poderá ser aumentado ou suprimido até o limite de 25% (vinte e cinco por cento), conforme disposto no art. 65, §§ 1º e 2º, da Lei 8.666/93.
- 13.3.** A Contratada ficará obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite ora previsto, calculado sobre o valor contratado.
- 13.4.** Nenhum acréscimo ou supressão poderá exceder o limite estabelecido nesta condição, salvo as supressões resultantes de acordo celebrado entre as partes contratantes.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DA PUBLICAÇÃO

- 14.1.** O presente contrato será publicado na Imprensa Oficial na forma de extrato, de acordo com o que determina do Parágrafo Único do artigo 61 da Lei nº 8.666/93.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DA LEGISLAÇÃO APLICÁVEL À AVENÇA

- 15.1.** A presente contratação rege-se pela Lei nº 12.232/2010, de forma complementar, pela Lei nº 8.666/1993, Lei Complementar nº 123/2006, Lei nº 4.680/1965, Decreto nº 57.690/1966, Decreto nº 4.563/2002, Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão), os preceitos do Direito Público e, supletivamente, os princípios da Teoria Geral dos Contratos e as disposições do Direito Privado.
- 15.2.** As ações da CONTRATADA se guiarão pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que estejam de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes. 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 00001/2022 e seus anexos, bem como as Propostas de Melhor Técnica.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DAS CONSIDERAÇÕES FINAIS:

- 16.1** A inadimplência da Contratada, com referência a encargos sociais, comerciais e fiscais, não transfere a responsabilidade por seu pagamento à Contratante, razão pela qual a Contratada renuncia expressamente a qualquer vínculo de solidariedade, ativa ou passiva, com a Contratante.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DO FORO

- 17.1.** As partes se obrigam, por si e seus sucessores, ao fiel cumprimento de todas as Cláusulas e condições do presente contrato e elegem para seu domicílio contratual o Foro da Justiça Estadual da Comarca de Cajazeiras, com renúncia expressa a qualquer outro, por mais privilegiado que seja, no que se refere a qualquer ação ou medida judicial originária ou referente a este instrumento contratual..

Avenida Joca Claudino, S/N – Bairro Tancredo Neves.
E-mail: cplprefeituracajazeiras@gmail.com
Tel.: (83) 3531-2534

Página 71 de 73



PREFEITURA MUNICIPAL DE CAJAZEIRAS
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



E por estarem acordados em todas as condições e Cláusulas deste Contrato, assinam o presente instrumento, em 2 (duas) vias impressas a laser, de igual teor, para um só efeito legal, na presença de duas testemunhas que assistiram a tudo e também assinam.

_____, ____ de _____ de _____.

CONTRATANTE

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

NOME:

CPF:

NOME:

CPF:

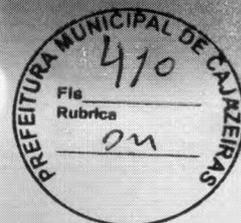


PREFEITURA MUNICIPAL DE CAJAZEIRAS
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



ANEXO XII – TABELA SINAPRO 2022

Avenida Joca Claudino, S/N – Bairro Tancredo Neves.
E-mail: cplprefeituracajazeiras@gmail.com
Tel.: (83) 3531-2534



SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA
Sinapro
PARAÍBA

2022

**PRECIFICAÇÃO DE INVESTIMENTOS EM
PUBLICIDADE E PROPAGANDA**





JORNAL - ANÚNCIO

	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Anúncio Mínimo/ Rodapé	R\$ 903 ^{,40}	R\$ 603 ^{,00}	R\$ 1.506 ^{,00}
1/8 de página	R\$ 967 ^{,00}	R\$ 645 ^{,00}	R\$ 1.612 ^{,00}
1/4 de página	R\$ 1.457 ^{,40}	R\$ 971 ^{,60}	R\$ 2.429 ^{,00}
1/2/ Rouba página	R\$ 1.916 ^{,40}	R\$ 1.277 ^{,60}	R\$ 3.194 ^{,00}
1 página	R\$ 2.967 ^{,00}	R\$ 1.978 ^{,00}	R\$ 4.945 ^{,00}
Página dupla	R\$ 4.826 ^{,40}	R\$ 3.217 ^{,60}	R\$ 8.044 ^{,00}



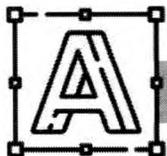
REVISTA - ANÚNCIO

	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Anúncio Mínimo/ Rodapé	R\$ 617 ^{,40}	R\$ 411 ^{,60}	R\$ 1.029 ^{,00}
1/8 de página	R\$ 783 ^{,00}	R\$ 522 ^{,00}	R\$ 1.305 ^{,00}
1/4 de página	R\$ 1.144 ^{,20}	R\$ 762 ^{,80}	R\$ 1.907 ^{,00}
1/2 de página	R\$ 2.194 ^{,20}	R\$ 1.462 ^{,80}	R\$ 3.657 ^{,00}
1 página	R\$ 3.295 ^{,80}	R\$ 2.197 ^{,20}	R\$ 5.493 ^{,00}
Página dupla	R\$ 4.392 ^{,00}	R\$ 2.928 ^{,00}	R\$ 7.320 ^{,00}



PUBLICIDADE LEGAL

	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Anúncio Mínimo/ Rodapé	R\$ 290 ^{,40}	R\$ 193 ^{,60}	R\$ 484 ^{,00}
1/8 de página	R\$ 485 ^{,40}	R\$ 323 ^{,60}	R\$ 809 ^{,00}
1/4 de página	R\$ 812 ^{,40}	R\$ 541 ^{,60}	R\$ 1.354 ^{,00}
1/2 de página	R\$ 1.135 ^{,20}	R\$ 756 ^{,80}	R\$ 1.892 ^{,00}
1 página	R\$ 1.589 ^{,40}	R\$ 1.059 ^{,60}	R\$ 2.649 ^{,00}
Página dupla	R\$ 2.833 ^{,20}	R\$ 1.888 ^{,80}	R\$ 4.722 ^{,00}

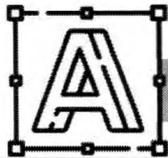


LOGOTIPIA, IDENTIDADE VISUAL E EMBALAGENS



	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Marca empresa	R\$ 6.780,60	R\$ 4.520,40	R\$ 11.301,00
Marca produto/serviço	R\$ 5.421,00	R\$ 3.614,00	R\$ 9.035,00
Marca promocional	R\$ 4.977,60	R\$ 3.318,40	R\$ 8.296,00
Reformulação de marca	R\$ 3.390,00	R\$ 2.260,00	R\$ 5.650,00
Manual de identidade visual	R\$ 2.068,80	R\$ 1.379,20	R\$ 3.448,00
Sinalização de fachada de empresa/loja	R\$ 3.609,60	R\$ 2.406,40	R\$ 6.016,00
Sinalização interna de empresa/loja - projeto completo	R\$ 2.917,20	R\$ 1.944,80	R\$ 4.862,00
Sinalização interna de empresa/loja - por placa	R\$ 117,60	R\$ 78,40	R\$ 196,00
Embalagem Padrão (formatos convencionais, por peça)	R\$ 9.716,40	R\$ 6.477,60	R\$ 16.194,00
Embalagem Linha de Produtos (adaptação), por peça	R\$ 29.596,20	R\$ 19.730,80	R\$ 49.327,00
Embalagem Promocional	R\$ 3.227,40	R\$ 2.151,60	R\$ 5.379,00
Embalagem Projeto Especial (por peça)	R\$ 11.659,20	R\$ 7.772,80	R\$ 19.432,00
Embalagem pequena p/ amostra grátis, sampling	R\$ 2.010,60	R\$ 1.340,40	R\$ 3.351,00
Caixa de Papelão	R\$ 2.458,80	R\$ 1.639,20	R\$ 4.098,00
Sinalização de veículo - moto	R\$ 1.175,40	R\$ 783,60	R\$ 1.959,00
Sinalização de veículo - pequeno e médio porte	R\$ 1.804,20	R\$ 1.202,80	R\$ 3.007,00
Sinalização de veículo - grande porte (Ônibus, Trens, Aviões)	R\$ 2.856,00	R\$ 1.904,00	R\$ 4.760,00
Mascote/Personagem	R\$ 7.429,20	R\$ 4.952,80	R\$ 12.382,00
Criação de nome fantasia	R\$ 3.017,40	R\$ 2.011,60	R\$ 5.029,00
Criação de nome de produto/serviço	R\$ 3.183,60	R\$ 2.122,40	R\$ 5.306,00
Rótulo	R\$ 3.767,40	R\$ 2.511,60	R\$ 6.279,00
Simbolo iconográfico	R\$ 2.499,60	R\$ 1.666,40	R\$ 4.166,00
Uniforme - por peça	R\$ 1.714,20	R\$ 1.142,80	R\$ 2.857,00
Slogan/Conceito ou Assinatura de marca	R\$ 3.814,20	R\$ 2.542,80	R\$ 6.357,00
Balcão de degustação	R\$ 3.395,40	R\$ 2.263,60	R\$ 5.659,00

Sinapro
PARAÍBA



Continuação

LOGOTIPIA, IDENTIDADE VISUAL E EMBALAGENS

	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Display ou sinalização de vitrine	R\$ 4.021 ^{,20}	R\$ 2.680 ^{,80}	R\$ 6.702^{,00}
Stand de Feira - Por peça	R\$ 8.917 ^{,20}	R\$ 5.944 ^{,80}	R\$ 14.862^{,00}
Blimp	R\$ 1.017 ^{,60}	R\$ 678 ^{,40}	R\$ 1.696^{,00}
Totem	R\$ 1.450 ^{,80}	R\$ 967 ^{,20}	R\$ 2.418^{,00}
Lixeiras	R\$ 1.456 ^{,80}	R\$ 971 ^{,20}	R\$ 2.428^{,00}
Sacolas	R\$ 930 ^{,00}	R\$ 620 ^{,00}	R\$ 1.550^{,00}
Carteira de identificação ou crachá	R\$ 714 ^{,60}	R\$ 476 ^{,40}	R\$ 1.191^{,00}

**PEÇAS GRÁFICAS**

	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Adesivo - até 30cm diâmetro ou comprimento	R\$ 1.155 ^{,00}	R\$ 770 ^{,00}	R\$ 1.925^{,00}
Adesivo - até 60cm diâmetro ou comprimento	R\$ 1.926 ^{,00}	R\$ 1.284 ^{,00}	R\$ 3.210^{,00}
Adesivo - até 120cm diâmetro ou comprimento	R\$ 3.082 ^{,80}	R\$ 2.055 ^{,20}	R\$ 5.138^{,00}
Adesivo bottom ou bottom	R\$ 710 ^{,40}	R\$ 473 ^{,60}	R\$ 1.184^{,00}
Agenda - layout de capa	R\$ 2.052 ^{,60}	R\$ 1.368 ^{,40}	R\$ 3.421^{,00}
Agenda - layout de pagina (p/ página)	R\$ 361 ^{,80}	R\$ 241 ^{,20}	R\$ 603^{,00}
Agenda - desenvolvimento de conteúdo (p/ página)	R\$ 398 ^{,40}	R\$ 265 ^{,60}	R\$ 664^{,00}
Apresentação em Flash, Power Point ou Keynote	R\$ 3.669 ^{,00}	R\$ 2.446 ^{,00}	R\$ 6.115^{,00}
Background de apresentação digital (Arte Slides)	R\$ 304 ^{,20}	R\$ 202 ^{,80}	R\$ 507^{,00}
Bandeirola, Flâmula ou Estandarte (Até 50 cm)	R\$ 678 ^{,60}	R\$ 452 ^{,40}	R\$ 1.131^{,00}
Bandeira (Acima 50 cm)	R\$ 921 ^{,60}	R\$ 614 ^{,40}	R\$ 1.536^{,00}
Banner formato especial - até 1m2	R\$ 921 ^{,00}	R\$ 614 ^{,00}	R\$ 1.535^{,00}
Banner formato especial - acima de 1m2	R\$ 1.287 ^{,00}	R\$ 858 ^{,00}	R\$ 2.145^{,00}
Backdrop ou painel fotográfico	R\$ 906 ^{,00}	R\$ 604 ^{,00}	R\$ 1.510^{,00}
Bloco de anotações - layout de página (por peça)	R\$ 812 ^{,40}	R\$ 541 ^{,60}	R\$ 1.354^{,00}

Sinapro
PARAÍBA



Continuação

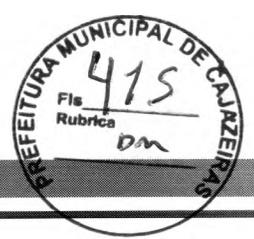
PEÇAS GRÁFICAS

	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Calendário de mesa (com mais de 12 laudas)	R\$ 3.670 ^{.20}	R\$ 2.446 ^{.80}	R\$ 6.117^{.00}
Calendário de mesa ou bolso (peça única)	R\$ 801 ^{.60}	R\$ 534 ^{.40}	R\$ 1.336^{.00}
Calendário de parede	R\$ 1.681 ^{.20}	R\$ 1.120 ^{.80}	R\$ 2.802^{.00}
Capa caderno/cordel	R\$ 2.052 ^{.60}	R\$ 1.368 ^{.40}	R\$ 3.421^{.00}
Capa carnê	R\$ 344 ^{.40}	R\$ 229 ^{.60}	R\$ 574^{.00}
Cardápio - layout de capa	R\$ 2.860 ^{.80}	R\$ 1.907 ^{.20}	R\$ 4.768^{.00}
Cardápio ou Tabela de Preços (p/página)	R\$ 345 ^{.60}	R\$ 230 ^{.40}	R\$ 576^{.00}
Catálogo - layout de capa	R\$ 2.482 ^{.20}	R\$ 1.654 ^{.80}	R\$ 4.137^{.00}
Catálogo - layout de página (p/ página)	R\$ 361 ^{.80}	R\$ 241 ^{.20}	R\$ 603^{.00}
Catálogo - desenvolvimento de conteúdo (p/ página)	R\$ 398 ^{.40}	R\$ 265 ^{.60}	R\$ 664^{.00}
Cartão Postal ou de Natal/Ano Novo	R\$ 1.129 ^{.80}	R\$ 753 ^{.20}	R\$ 1.883^{.00}
Cartão Postal ou de Natal/Ano Novo (projeto especial)	R\$ 1.457 ^{.40}	R\$ 971 ^{.60}	R\$ 2.429^{.00}
Cartão de crédito/fidelização	R\$ 2.300 ^{.40}	R\$ 1.533 ^{.60}	R\$ 3.834^{.00}
Cartaz/Pôster - Até tamanho A3	R\$ 1.450 ^{.80}	R\$ 967 ^{.20}	R\$ 2.418^{.00}
Cartaz/Pôster - Acima tamanho A3	R\$ 2.310 ^{.60}	R\$ 1.540 ^{.40}	R\$ 3.851^{.00}
Cartilha/Apostila/Manual - layout de capa	R\$ 5.134 ^{.80}	R\$ 3.423 ^{.20}	R\$ 8.558^{.00}
Cartilha/Apostila/Manual - layout de página (p/ página)	R\$ 2.897 ^{.40}	R\$ 1.931 ^{.60}	R\$ 4.829^{.00}
Certificado ou Diploma	R\$ 916 ^{.80}	R\$ 611 ^{.20}	R\$ 1.528^{.00}
Cinta para Jornal ou Revista	R\$ 1.140 ^{.00}	R\$ 760 ^{.00}	R\$ 1.900^{.00}
Convite Simples (Frente e verso)	R\$ 963 ^{.60}	R\$ 642 ^{.40}	R\$ 1.606^{.00}
Convite - Projeto especial	R\$ 2.151 ^{.00}	R\$ 1.434 ^{.00}	R\$ 3.585^{.00}
Cupom promocional ou sorteio	R\$ 532 ^{.80}	R\$ 355 ^{.20}	R\$ 888^{.00}
Ficha de inscrição ou Questionário	R\$ 424 ^{.80}	R\$ 283 ^{.20}	R\$ 708^{.00}
Folder - Lâmina única c/ dobras (por lauda) ou Grampeado/colado	R\$ 582 ^{.00}	R\$ 388 ^{.00}	R\$ 970^{.00}
Mala - direta - Frente e verso, até 1 dobra	R\$ 1.045 ^{.20}	R\$ 696 ^{.80}	R\$ 1.742^{.00}

Sinapro
PARAÍBA



Continuação

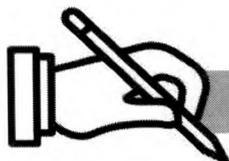
PEÇAS GRÁFICAS

	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Mala - direta - Projeto especial (por página ou lauda)	R\$ 363 ^{.60}	R\$ 242 ^{.40}	R\$ 606 ^{.00}
Folhetos menores que A5	R\$ 852 ^{.00}	R\$ 568 ^{.00}	R\$ 1.420 ^{.00}
Folheto Frente - Até A4	R\$ 852 ^{.00}	R\$ 568 ^{.00}	R\$ 1.420 ^{.00}
Folheto Frente e verso - Até A4	R\$ 1.363 ^{.20}	R\$ 908 ^{.80}	R\$ 2.272 ^{.00}
Projeto gráfico Jornal ou Revista - Capa	R\$ 2.050 ^{.80}	R\$ 1.367 ^{.20}	R\$ 3.418 ^{.00}
Projeto gráfico Jornal ou Revista - diagramação (p/página)	R\$ 361 ^{.20}	R\$ 240 ^{.80}	R\$ 602 ^{.00}
Livro - layout de capa/contracapa	R\$ 2.901 ^{.60}	R\$ 1.934 ^{.40}	R\$ 4.836 ^{.00}
Livro - diagramação (p/página)	R\$ 361 ^{.80}	R\$ 241 ^{.20}	R\$ 603 ^{.00}
Santinho Frente	R\$ 637 ^{.80}	R\$ 425 ^{.20}	R\$ 1.063 ^{.00}
Santinho Frente e verso	R\$ 1.149 ^{.00}	R\$ 766 ^{.00}	R\$ 1.915 ^{.00}

**BRINDES**

	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
(Por peça - ver descrição no rodapé)*	R\$ 672 ^{.00}	R\$ 448 ^{.00}	R\$ 1.120 ^{.00}
Camisa/camiseta	R\$ 780 ^{.60}	R\$ 520 ^{.40}	R\$ 1.301 ^{.00}
Caneta/lápis	R\$ 627 ^{.60}	R\$ 418 ^{.40}	R\$ 1.046 ^{.00}
CD/DVD - layout de capa/contracapa e disco	R\$ 1.324 ^{.80}	R\$ 883 ^{.20}	R\$ 2.208 ^{.00}
CD/DVD - encarte (p/página)	R\$ 361 ^{.20}	R\$ 240 ^{.80}	R\$ 602 ^{.00}

*São considerados brindes: boné, canivete, baralho, braçadeira, caneca, caixa de fósforo, capa de chuva, chapéu, cinzeiro, copo, viseira, guardanapo, guarda-sol, imãs, isqueiro, lápis, leque/abanador, mouse pad, marcador de página, medalha, nécessaire, régua, risque e rabisque, saco de pipoca, toalha, troféu que apenas sejam produzidos com aplicação de marca.



ILUSTRAÇÕES E MAPAS

	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Cartum, charge, caricatura	R\$ 1.466,40	R\$ 977,60	R\$ 2.444,00
Ilustração Simples	R\$ 813,60	R\$ 542,40	R\$ 1.356,00
Ilustração projeto especial	R\$ 1.015,20	R\$ 676,80	R\$ 1.692,00
Mapa de localização - Simples	R\$ 2.148,00	R\$ 1.432,00	R\$ 3.580,00
Mapa de localização - Ilustrado (com detalhamento específico)	R\$ 5.370,00	R\$ 3.580,00	R\$ 8.950,00



MATERIAIS DE PDV

	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Danger, Stopper, Mobile, Wobbler para PDV	R\$ 1.654,80	R\$ 1.103,20	R\$ 2.758,00
Layout PDV - Forração, faixa ou saia de gôndola e/ou mostruários	R\$ 569,40	R\$ 379,60	R\$ 949,00
Display de Mesa	R\$ 864,00	R\$ 576,00	R\$ 1.440,00
Display até 50 cm	R\$ 751,20	R\$ 500,80	R\$ 1.252,00
Display acima de 50 cm	R\$ 1.052,40	R\$ 701,60	R\$ 1.754,00
Take One para folheteria	R\$ 1.879,20	R\$ 1.252,80	R\$ 3.132,00
Etiqueta	R\$ 1.855,20	R\$ 1.236,80	R\$ 3.092,00
Faixa até 2 m de comprimento	R\$ 788,40	R\$ 525,60	R\$ 1.314,00
Faixa acima de 2 m de comprimento	R\$ 1.104,00	R\$ 736,00	R\$ 1.840,00



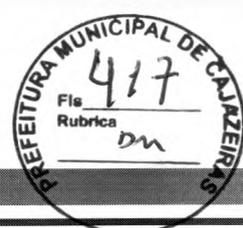
MÍDIA EXTERIOR

	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Placa/Painel (simples, backlights & frontlights) - até 1m de comp.	R\$ 624,00	R\$ 416,00	R\$ 1.040,00
Placa/Painel (simples, backlights & frontlights) - até 2m de comp.	R\$ 1.125,00	R\$ 750,00	R\$ 1.875,00
Placa/Painel (simples, backlights & frontlights) - até 4m de comp.	R\$ 2.023,20	R\$ 1.348,80	R\$ 3.372,00

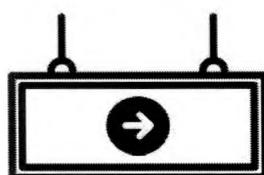


MÍDIA EXTERIOR

Continuação



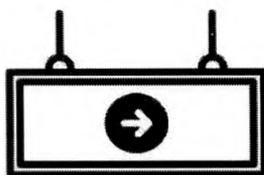
	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Placa/Painel (simples, backlights & frontlights) - de 4m à 9m de comp.	R\$ 3.642,60	R\$ 2.428,40	R\$ 6.071,00
Placa/Painel (simples, backlights & frontlights) - acima de 9m de comp.	R\$ 4.371,00	R\$ 2.914,00	R\$ 7.285,00
Placa de obra	R\$ 775,20	R\$ 516,80	R\$ 1.292,00
Parada de ônibus	R\$ 1.650,60	R\$ 1.100,40	R\$ 2.751,00
Outdoor simples	R\$ 2.115,00	R\$ 1.410,00	R\$ 3.525,00
Outdoor duplo	R\$ 3.008,40	R\$ 2.005,60	R\$ 5.014,00
Outdoor Projeto Especial	R\$ 4.212,60	R\$ 2.808,40	R\$ 7.021,00
Busdoor/Taxidoor	R\$ 1.437,60	R\$ 958,40	R\$ 2.396,00
Backbus ou lateral de ônibus	R\$ 2.040,60	R\$ 1.360,40	R\$ 3.401,00
Empena - Até 2m	R\$ 2.727,00	R\$ 1.818,00	R\$ 4.545,00
Empena - Até 4m	R\$ 4.544,40	R\$ 3.029,60	R\$ 7.574,00
Empena - Maior que 4 metros	R\$ 5.454,00	R\$ 3.636,00	R\$ 9.090,00
Envelopamento de prédio/edifício	R\$ 17.448,00	R\$ 11.632,00	R\$ 29.080,00
Faixa/empena para avião, helicóptero ou drone	R\$ 1.693,20	R\$ 1.128,80	R\$ 2.822,00
Cartaz Lambe-lambe	R\$ 586,20	R\$ 390,80	R\$ 977,00
Muro/Tapume	R\$ 547,20	R\$ 364,80	R\$ 912,00
Placa de LED - Layout simples, sem animação	R\$ 1.509,60	R\$ 1.006,40	R\$ 2.516,00
Placa de LED - Com animação	R\$ 2.992,20	R\$ 1.994,80	R\$ 4.987,00
Sinal. de mobiliário urbana (relógio, placa de rua, placa de esquina)	R\$ 1.116,00	R\$ 744,00	R\$ 1.860,00



MÍDIA INTERIOR

	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Placa/Painel - até 50cm de comprimento	R\$ 165,00	R\$ 110,00	R\$ 275,00
Placa/Painel - de 50cm a 1m de comprimento	R\$ 297,60	R\$ 198,40	R\$ 496,00

Sinapro
PARAÍBA



MÍDIA INTERIOR

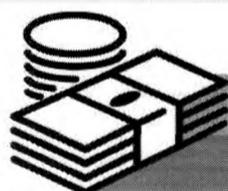
Continuação

	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Placa/Painel - acima de 1m de comprimento	R\$ 535,80	R\$ 357,20	R\$ 893,00
Sinalização de ambiente interno	R\$ 6.656,40	R\$ 4.437,60	R\$ 11.094,00
Jogo americano	R\$ 1.926,00	R\$ 1.284,00	R\$ 3.210,00



PAPELARIA

	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Bloco de anotações - layout de capa	R\$ 388,80	R\$ 259,20	R\$ 648,00
Bloco de anotações/Post It - layout de página (por peça)	R\$ 803,40	R\$ 535,60	R\$ 1.339,00
Cartão de visitas - Frente	R\$ 654,00	R\$ 436,00	R\$ 1.090,00
Cartão de visitas - Frente e verso	R\$ 907,80	R\$ 605,20	R\$ 1.513,00
Cartão de visitas - Projeto especial	R\$ 1.176,60	R\$ 784,40	R\$ 1.961,00
Envelope Carta	R\$ 668,40	R\$ 445,60	R\$ 1.114,00
Envelope Saco/Ofício	R\$ 801,60	R\$ 534,40	R\$ 1.336,00
Envelope - Projeto Especial	R\$ 1.042,20	R\$ 694,80	R\$ 1.737,00
Papel Timbrado/Carta	R\$ 431,40	R\$ 287,60	R\$ 719,00
Papel de embrulho - padronagem	R\$ 337,20	R\$ 224,80	R\$ 562,00
Pasta sem layout interno, com bolso	R\$ 1.110,60	R\$ 740,40	R\$ 1.851,00
Pasta com layout interno, com bolso	R\$ 1.774,20	R\$ 1.182,80	R\$ 2.957,00
Pasta sem layout interno, com grampo	R\$ 1.005,60	R\$ 670,40	R\$ 1.676,00
Pasta com layout interno, com grampo	R\$ 1.597,80	R\$ 1.065,20	R\$ 2.663,00

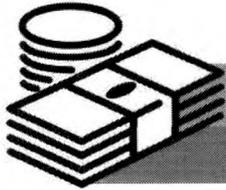


CUSTOS INTERNOS DE COMPUTAÇÃO GRÁFICA

Os valores abaixo serão acrescidos aos custos das peças criadas e finalização

	TOTAL
Envio ou recebimento de e-mail (por cm ²)	R\$ 0,26
Backup de arquivos (por CD 700mb)	R\$ 329,00

Sinapro
 PARAÍBA



Continuação

CUSTOS INTERNOS DE COMPUTAÇÃO GRÁFICA

Os valores abaixo serão acrescidos aos custos das peças criadas e finalização



	TOTAL
Backup de arquivos (por DVD 4.7 Gb)	R\$ 142,00
Retoque de imagem (por imagem)	R\$ 160,00
Recorte de imagem	R\$ 90,00
Fusão de imagens	R\$ 273,00
Correção ou alteração de cores	R\$ 172,00
Conversões de imagens para internet, jpg, tga, doc, etc (por conversão até tamanho A4)	R\$ 29,00
● Criação digital de textura	R\$ 99,00
Fechamento de arquivo (por cm ²)	R\$ 0,38
Fotografia digital simples de produto (sem produção e /ou modelo)	R\$ 315,00
Gravação de CD/DVD até 2.3 Gb	R\$ 41,00
Gravação de CD/DVD acima de 2.4 Gb até 4.7 Gb	R\$ 70,00
Print papel A4	R\$ 24,00
Print papel A3	R\$ 29,00
Scanner de imagem (por tamanho A4)	R\$ 57,00
Tratamento de imagem (por hora profissional)	R\$ 220,00
● Vetorização de logotipos	R\$ 339,00

**FECHAMENTO DE ARQUIVO, GRAVAÇÃO DE DVD OU CD E/OU TRANSMISSÃO VIA REDE**

	TOTAL
Anúncio de revista 1/2 de página	R\$ 261,00
Anúncio de revista até 1 página	R\$ 339,00
Anúncio de revista até página dupla	R\$ 675,00
Anúncio de Jornal até 1/4 de página (80 cm/col)	R\$ 186,00

Sinapro
PARAÍBA



Continuação

FECHAMENTO DE ARQUIVO, GRAVAÇÃO DE DVD OU CD E/OU TRANSMISSÃO VIA REDE

	TOTAL
Anúncio de jornal até 1/2 de página(160 cm/col)	R\$ 258 ⁰⁰
Anúncio de jornal até 1 página	R\$ 358 ⁰⁰
Anúncio de jornal até página dupla	R\$ 503 ⁰⁰
Peças gráficas até 1 Gb	R\$ 338 ⁰⁰
Peças gráficas acima de 1 Gb (por Gb excedente)	R\$ 253 ⁰⁰



PLANEJAMENTO

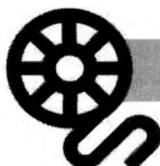
	TOTAL
Ação promocional / Campanhas de incentivo e/ou relacionamento	R\$ 25.097 ⁰⁰
Comunicação institucional	R\$ 31.288 ⁰⁰
Evento/Convenção/Simpósio	R\$ 39.365 ⁰⁰
Campanha Eleitoral - Senador	R\$ 296.646 ⁰⁰
Campanha Eleitoral - Dep. Federal	R\$ 98.881 ⁰⁰
Campanha Eleitoral - Dep. Estadual	R\$ 47.474 ⁰⁰
Campanha Eleitoral - Vereador (interior)	R\$ 9.895 ⁰⁰
Campanha Eleitoral - Vereador (capital)	R\$ 19.773 ⁰⁰
Campanha Eleitoral - Prefeito (interior)	R\$ 138.427 ⁰⁰
Campanha Eleitoral - Prefeito (capital)	R\$ 293.836 ⁰⁰
Campanha Eleitoral - Governador	R\$ 881.507 ⁰⁰



CRIAÇÃO DE CAMPANHA

	TOTAL
Tema ou conceito de campanha institucional ou terceiro setor	R\$ 23.226 ⁰⁰
Tema ou conceito de campanha de varejo/produto	R\$ 16.791 ⁰⁰
Tema ou conceito de campanha promocional (Eventos/Festas)	R\$ 20.004 ⁰⁰

SINAPRO
 PARAÍBA



ROTEIRIZAÇÃO AUDIOVISUAL E MATERIAIS COMPLEMENTARES



	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Assinaturas/Vinhetas Eletrônicas - Até 7"	R\$ 1.685 ⁴⁰	R\$ 1.123 ⁶⁰	R\$ 2.809⁰⁰
Documentário - De 3 a 5 minutos	R\$ 7.767 ⁰⁰	R\$ 5.178 ⁰⁰	R\$ 12.945⁰⁰
Documentário - De 5 a 15 minutos	R\$ 13.479 ⁰⁰	R\$ 8.986 ⁰⁰	R\$ 22.465⁰⁰
Curta-metragem	R\$ 20.971 ⁸⁰	R\$ 13.981 ²⁰	R\$ 34.953⁰⁰
Áudio ou Spot para rádio 30"	R\$ 1.648 ²⁰	R\$ 1.098 ⁸⁰	R\$ 2.747⁰⁰
Áudio ou Spot para rádio 60"	R\$ 3.239 ⁴⁰	R\$ 2.159 ⁶⁰	R\$ 5.399⁰⁰
Áudio ou Spot para carro de som	R\$ 4.534 ⁸⁰	R\$ 3.023 ²⁰	R\$ 7.558⁰⁰
Jingle 30"	R\$ 2.095 ⁸⁰	R\$ 1.397 ²⁰	R\$ 3.493⁰⁰
Jingle 60"	R\$ 2.391 ⁶⁰	R\$ 1.594 ⁴⁰	R\$ 3.986⁰⁰
Jingle de 60" com adaptação para 30"	R\$ 2.691 ⁶⁰	R\$ 1.794 ⁴⁰	R\$ 4.486⁰⁰
Merchandising ou Product Placement - até 30"	R\$ 1.718 ⁴⁰	R\$ 1.145 ⁶⁰	R\$ 2.864⁰⁰
Merchandising ou Product Placement - até 60"	R\$ 2.866 ²⁰	R\$ 1.910 ⁸⁰	R\$ 4.777⁰⁰
Merchandising ou Product Placement - maior que 60"	R\$ 5.692 ²⁰	R\$ 3.794 ⁸⁰	R\$ 9.487⁰⁰
Filme para TV/Internet - 15"	R\$ 2.291 ⁴⁰	R\$ 1.527 ⁶⁰	R\$ 3.819⁰⁰
Filme para TV/Internet - 30"	R\$ 3.820 ²⁰	R\$ 2.546 ⁸⁰	R\$ 6.367⁰⁰
Filme para TV/Internet - 60"	R\$ 7.590 ⁶⁰	R\$ 5.060 ⁴⁰	R\$ 12.651⁰⁰
Filme para TV/Internet - Maior que 60"	R\$ 10.626 ⁶⁰	R\$ 7.084 ⁴⁰	R\$ 17.711⁰⁰
Storyboard - por quadro	R\$ 354 ⁰⁰	R\$ 236 ⁰⁰	R\$ 590⁰⁰
Layout para animação de filme para TV/Internet - 15"	R\$ 1.971 ⁰⁰	R\$ 1.314 ⁰⁰	R\$ 3.285⁰⁰
Layout para animação de filme para TV/Internet - 30"	R\$ 3.281 ⁴⁰	R\$ 2.187 ⁶⁰	R\$ 5.469⁰⁰
Layout para animação de filme para TV/Internet - 60"	R\$ 4.359 ⁰⁰	R\$ 2.906 ⁰⁰	R\$ 7.265⁰⁰
Layout para animação de filme para TV/Internet - Maior que 60"	R\$ 6.103 ⁸⁰	R\$ 4.069 ²⁰	R\$ 10.173⁰⁰



SERVIÇOS DE WEB (VALORES AVULSOS)



	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Anuncio institucional para Rede Social	R\$ 1.155 ⁰⁰	R\$ 770 ⁰⁰	R\$ 1.925⁰⁰
Anuncio Promocional/Varejo para Rede Social	R\$ 1.387 ⁸⁰	R\$ 925 ²⁰	R\$ 2.313⁰⁰
Super banner ou Full Banner estático	R\$ 1.198 ⁸⁰	R\$ 799 ²⁰	R\$ 1.998⁰⁰
Super banner ou Full Banner flash/shockwave ou Gif animado	R\$ 1.705 ²⁰	R\$ 1.136 ⁸⁰	R\$ 2.842⁰⁰
Super banner ou Full Banner Expansível	R\$ 1.438 ⁸⁰	R\$ 959 ²⁰	R\$ 2.398⁰⁰
Super banner ou Full Banner Expansível em flash	R\$ 1.988 ⁴⁰	R\$ 1.325 ⁶⁰	R\$ 3.314⁰⁰
● Half Banners Reduzir 40% do Full Banner			
Skyscraper (Lateral completa) estático	R\$ 1.121 ⁴⁰	R\$ 747 ⁶⁰	R\$ 1.869⁰⁰
Skyscraper (Lateral completa) em flash	R\$ 1.566 ⁰⁰	R\$ 1.044 ⁰⁰	R\$ 2.610⁰⁰
Half Skyscraper Reduzir 40% do Full Banner			
Pop Up Estático	R\$ 1.031 ⁴⁰	R\$ 687 ⁶⁰	R\$ 1.719⁰⁰
Pop Up Animado (DHTML ou Flash)	R\$ 1.549 ²⁰	R\$ 1.136 ⁸⁰	R\$ 2.842⁰⁰
Carrossel para Feed ou Stories de Redes Sociais Estático	R\$ 1.143 ⁰⁰	R\$ 762 ⁰⁰	R\$ 2.097⁰⁰
Carrossel para Feed ou Stories de Redes Sociais Animado	R\$ 1.626 ⁶⁰	R\$ 1.084 ⁴⁰	R\$ 2.984⁰⁰
Anúncio, Floater ou demais formatos em DHTML	R\$ 1.173 ⁰⁰	R\$ 782 ⁰⁰	R\$ 1.955⁰⁰
● Bottom Estático	R\$ 677 ⁴⁰	R\$ 451 ⁶⁰	R\$ 1.129⁰⁰
Bottom Animado (Flash ou Gif animado)	R\$ 900 ⁰⁰	R\$ 600 ⁰⁰	R\$ 1.500⁰⁰
Qualquer formato com rich media	R\$ 3.850 ⁸⁰	R\$ 2.567 ²⁰	R\$ 6.418⁰⁰

ADAPTAÇÃO DE REPLICAÇÃO PARA OUTROS FORMATOS (CITADOS ACIMA)

50% do valor da peça original

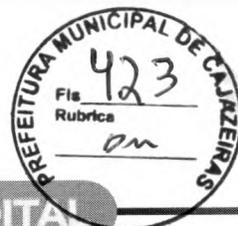
Produziu e comprou qualquer formato; cobra-se a adaptação para outros formatos 50% do valor da peça original

Sinapro
PARAÍBA



EMAIL MARKETING E/OU NEWSLETTER DIGITAL

promover produto/serviço/marca/evento etc. (Promocional)



	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Criação da peça (texto e arte) - peça estática	R\$ 1.105,80	R\$ 737,20	R\$ 1.843,00
Criação da peça (texto e arte) - Peça em HTML Produção do layout com conteúdo produzido a partir de um briefing detalhado do cliente	R\$ 1.990,80	R\$ 1.327,20	R\$ 3.318,00
SOMENTE PRODUÇÃO DO HTML Diagramação e implementação da peça em uma página HTML com links códigos para mensuração (com arte enviada pelo cliente)			R\$ 1.383,00
DISPARO (CONTRATAÇÃO DE FERRAMENTA APENAS PARA DISPARO) Envio de peça finalizada para uma base de e-mails fornecidos pelo cliente			R\$ 35,00 (1.000 e-mails mensais)
GESTÃO Importação, higienização e segmentação de base, importação do HTML, programação do disparo, acompanhamento de resultados e análise de relatórios. (Por disparo)			R\$ 713,00
PRODUÇÃO EDITORIAL Conteúdo produzido a partir de briefing detalhado do cliente em linguagem específica para a web (webwriting). Ex.: produção de cinco textos de aproximadamente 1.200 toques cada, com entrevistas por telefone.			R\$ 4.234,00
MENSURAÇÃO Importação, higienização e segmentação de base; importação do HTML, programação do disparo, acompanhamento de resultados e análise de relatórios. (valor por disparo)			R\$ 711,00
WEBSITE ESTRUTURA BÁSICA SUGERIDA <ul style="list-style-type: none">• Área Institucional - Área estática: quem somos, o que fazemos, onde estamos etc.• Área de Contato - E-mail, telefone, formulário etc.• Área Core - Gerenciamento de conteúdo para cadastro de serviços/produtos e cases de clientes• Área Informativa - Área dinâmica com notícias, eventos, calendário etc. VALOR SUGERIDO DEVERÁ INCLUIR Planejamento, arquitetura, criação, implementação e conteúdo institucional enviado pelo cliente. Orçamento para a produção do conteúdo deverá ser solicitado à parte para a agência contratada. CONSIDERAR BOAS PRÁTICAS - PSEO, TAGs, CMS (caso haja uma área de atualização constante) e acessibilidade REPLICAR PARA OUTROS IDIOMAS - cliente deverá enviar os textos traduzidos e finalizados Obs.: ferramentas interativas (enquetes, fórum, área restrita etc) devem ser cotadas a parte.			R\$ 29.051,00



Continuação



EMAIL MARKETING E/OU NEWSLETTER DIGITAL

promover produto/serviço/marca/evento etc. (Promocional)

CRIAÇÃO

FINALIZAÇÃO

TOTAL

HOTSITE

• **ESTRUTURA BÁSICA SUGERIDA** - tecnicamente idêntico ao site, o hot site recebe esta denominação por ter um período de vida definido (prazo para sair do ar). É utilizado para divulgar e/ou promover produtos, serviços, lançamentos, eventos etc. Pode ter - ou não - algum tipo de interação com o usuário final, por exemplo, inserção de imagens, upload de vídeos, enquetes, cadastro de usuários, personalização de produto, games etc.

VALOR SUGERIDO DEVERÁ INCLUIR (INDEPENDENTEMENTE DO FORMATO)

Planejamento, arquitetura, criação e implementação, com conteúdo enviado pelo cliente. O orçamento para a produção

do conteúdo deverá ser solicitado à parte para a agência contratada

CONSIDERAR BOAS PRÁTICAS - SEO e TAGs

Obs.: ferramentas interativas (enquetes, fórum, área restrita etc) devem ser cotadas à parte

R\$ 22.802,00

LANDING PAGE

É a página de destino criada exclusivamente para que o usuário encontre informações sobre uma ação determinada

com mais facilidade. É muito utilizada como resultado de uma busca (orgânica ou link patrocinado) e como página de

destino originada em peças ou campanhas (banner, e-mail marketing, hot site etc.)

LAYOUT, TEXTO E PRODUÇÃO DO HTML

R\$ 6.069,00

MÍDIA ONLINE

Todo e qualquer serviço que envolva a veiculação publicitária nos meios digitais

PLANEJAMENTO DE MÍDIA

Definição dos melhores meios e formatos para atingir os objetivos estabelecidos

CRIAÇÃO DE CAMPANHAS

Criação do conceito para o meio digital. Adaptação da campanha de outros meios para o meio digital.

MENSURAÇÃO DOS RESULTADOS

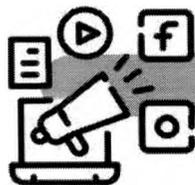
Acompanhamento e análise para quantificação do desempenho da campanha nos respectivos meios, utilizando métricas e padrões de mercado (page view, tempo de navegação, taxa de clique,

conversões etc). Esta avaliação pode ser feita uma única vez para cada campanha, ou não, dependendo do período de

veiculação planejado para a campanha.

**Remuneração
percentual de
20% (formato padrão)
sobre o valor investido
na compra de mídia**

Sinapro
PARAÍBA



REDES SOCIAIS

serviços de análise e planejamento

TOTAL

ANÁLISE DE PRESENÇA (DIAGNÓSTICO)

Onde e como sua empresa e concorrentes estão posicionados nas redes sociais. Quais os atributos da sua marca segundo blogs, microblogs, comunidades e grupos de discussão. Quais os principais interesses do seu público alvo nas redes sociais. Quais são as oportunidades de diálogo para que sua empresa amplie a presença ou se reposicione no mercado.

R\$ 10.045,00

PLANEJAMENTO

Canais, tipos de conteúdo, dinâmicas de relacionamento e ações criativas.

R\$ 12.015,00

PERSONALIZAÇÃO DOS CANAIS (Avatar, capa, padrão de postagens)

Wireframe (com programação)

R\$ 7.265,00

PERSONALIZAÇÃO DOS CANAIS (Avatar, capa, padrão de postagens)

Layout (sem programação)

R\$ 2.870,00

DESENVOLVIMENTO

Algumas ferramentas permitem personalização em três níveis. Em um Blog, Tumblr ou rede Ning, é possível reposicionar os elementos (wireframe), personalizar o visual (layout) e criar objetos personalizados, como widgets, games e mashups (desenvolvimento). Outras ferramentas, como Twitter, Formspring e Youtube, permitem apenas personalizar o layout.

Sob consulta

CURADORIA DE CONTEÚDO

Selecionar conteúdo para publicação em outros canais, como Blog, Twitter e Tumblr. Varia em função de volume (quantidade de conteúdo publicado) e expertise do analista.

R\$ 2.742,00



REDES SOCIAIS

contratos contínuos

TOTAL

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO NÃO-ESPECIALIZADO

Fotos e postagens estáticas.

R\$ 8.750,00

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO NÃO-ESPECIALIZADO (Postagem avulsa)

Fotos e postagens estáticas.

R\$ 549,00

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO NÃO-ESPECIALIZADO

Postagens animadas ou audiovisuais.

R\$ 11.378,00

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO NÃO-ESPECIALIZADO (Postagem avulsa)

Postagens animadas ou audiovisuais.

R\$ 800,00

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO ESPECIALIZADO

Envolve conhecimento técnico e muitas vezes contratação de especialista.

Sob consulta



REDES SOCIAIS

contratos contínuos

TOTAL

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO MULTIMÍDIA

Vídeos para YouTube, fotos, podcast, etc.

Sob consulta
(por volume e qualidade
de produção)

SEEDING

Prática utilizada para divulgar produtos e serviços nas redes sociais em ambientes que estão receptivos ao consumo desta informação.

R\$ 4.240,00

GESTÃO DE PRESENÇA

• RELACIONAMENTO DOS CANAIS SOCIAIS

Responder comentários, mensagens em microblogs e e-mails enviados por esses canais.

• ANÁLISE E MÉTRICAS DOS CANAIS

Analisar menções da marca, repercussão das ações e gerar relatórios para o cliente.

É cotado, principalmente, com base no volume de presença da marca (pequeno, médio e grande).

R\$ 11.067,00

Obs.: Para abordagem institucional, recomendamos um prazo mínimo de seis meses. Já a abordagem promocional está diretamente vinculada ao período da campanha.



LINKS PATROCINADOS

TOTAL

PLANEJAMENTO

Análise e definição de canais (Yahoo, Google, Facebook, etc) Tipo de abordagem (promoção, marca, produto).
Definição de 1 campanha com 30 palavras-chave em cada estratégia de investimento.

R\$ 2.897,00

GESTÃO DE CAMPANHA

Acompanhamento e performance das palavras-chave, cliques e resultados, sugerindo ações de ajustes e correções - se necessárias - com geração de relatórios. OBS.: Eventuais produções de peças para a campanha, consultar item mídia

R\$ 2.897,00



SEO

TOTAL

PLANEJAMENTO

Análise e definição estrutural do site, estratégia de otimização de palavras-chaves. É cotado, principalmente, com base na estrutura, no porte e na tecnologia do site.

R\$ 2.898,00

GESTÃO

Execução do planejamento, ajustes na estrutura e construção de links externos (relacionamento na web); acompanhamento de resultados e métricas.

R\$ 1.452,00



ADVERGAMES

utilização de jogo para promover uma marca, produto ou serviço)



PLANEJAMENTO

Criação de game design document, descrevendo jogabilidade, plataformas, interação com a marca.

TOTAL
à partir de
R\$ 14.484,00

GAME ONLINE STANDARD

Jogos pré-prontos que são apenas customizados para a marca ou produto (não necessita de planejamento).

R\$ 11.596,00

MOBILE

Jogos feitos para plataformas mobile, em que o valor do desenvolvimento depende da quantidade de adaptações para marcas/modelos de aparelhos escondidos.

R\$ 35.180,00

GAME ONLINE ORIGINAL

Jogos feitos sob demanda para uma marca ou produto, contendo jogabilidade exclusiva para determinadas ações.

R\$ 42.545,00

SOCIAL GAME (JOGOS PARA REDES SOCIAIS)

Jogos feitos sob demanda para uma marca ou produto que contam com recursos e funcionalidades de socialização.

R\$ 42.245,00

PLANEJAMENTO DE ADVERTISING IN GAME

Planejamento para compra de mídia ou ações especiais dentro de um jogo já desenvolvido e estabelecido no mercado.

R\$ 7.187,00

Obs: A composição de preços depende da plataforma e da tecnologia definidas



PROFISSIONAL

HORA

PRESIDENTE

R\$ 529,00

VICE-PRESIDENTE

R\$ 488,00

DIRETOR DE CONTAS

R\$ 418,00

DIRETOR DE ATENDIMENTO

R\$ 349,00

ATENDIMENTO

R\$ 252,00

DIRETOR DE ARTE

R\$ 212,00

REDATOR

R\$ 212,00

PLANEJAMENTO

R\$ 471,00

PRODUTOR GRÁFICO

R\$ 182,00

Sinapro
PARAÍBA



PROFISSIONAL



HORA

MÍDIA

R\$ 191,00

WEBDESIGNER

R\$ 226,00

DESENVOLVEDOR / PROGRAMADOR

R\$ 226,00

