



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

LICITAÇÃO: N°002/2021
MODALIDADE: TOMADA DE PREÇO
TIPO: MELHOR TÉCNICA

Órgão Realizador do Certame:
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI-PB
RUA JOSÉ FORTUNATO DE AQUINO, 106 - CENTRO - SÃO DOMINGOS DO CARIRI - PB.
CNPJ: 584802-000 - Tel.: (083) 33571002.

A Prefeitura Municipal de São Domingos do Cariri, com CNPJ nº 01.612.658/0001-50, Rua José Fortunato de Aquino, 106 - Centro São Domingos do Cariri - PB, através da Comissão Permanente de Licitação e sua Comissão Técnica, designada pela portarias nº00071/2021, de 17 de fevereiro de 2021, de acordo com a Lei nº 8.666/93, de vinte e um de junho de 1993 e alterações posteriores e Portaria de nº 0002/2021 de 04 de Janeiro de 2021, torna público a quem possa interessar que se reunirá em **25 de Março de 2021 as 09:00 da manhã** para a sessão de recebimento dos envelopes de habilitação e proposta de preços, referente à Licitação na modalidade "Tomada de Preço" - Tipo "Melhor Técnica e melhor preço", com a finalidade de selecionar empresa(s) responsável pela realização de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, compra de mídia e distribuição de publicidade, compra de assinaturas de periódicos e pesquisas, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir idéias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral; bem como, o planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato, a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos, em consonância com as novas tecnologias, e a produção e execução técnica das peças ou material criados pela contratada, tudo de acordo com este instrumento em observância a Lei Federal nº. 12.232, de 29.04.2010, e mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680, de 18.06.1965 e nº 8.666, de 21.06.1993 e modificações posteriores, dos Decretos nº 6.555, de 08.09.2008, nº 3.722 de 09.01.2001, bem como as conforme os critérios e procedimentos a seguir definidos, objetivando obter melhor proposta.

ÍNDICE

- 1 - OBJETO, VALOR, VIGÊNCIA E FONTE DOS RECURSOS
- 2 - EXAMES E/OU OBTENÇÃO EDITAL
- 3 - DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA
- 4 - DAS ALTERAÇÕES E ESCLARECIMENTOS
- 5 - DAS IMPUGNAÇÕES

Handwritten signature

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000.E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAIBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

- 6 - DOS RECURSOS
- 7 - CONDIÇÕES PARA A PARTICIPAÇÃO
- 8 - DA REPRESENTAÇÃO E DO CREDENCIAMENTO
- 9 - DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
- 10- DO PROCEDIMENTO LICITATÓRIO
- 11- DA HOMOLOGAÇÃO, DA ADJUDICAÇÃO
- 12- SANÇÕES ADMINISTRATIVAS
- 13- DA GARANTIA
- 14- DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

ANEXOS

- ANEXO 1 - DESCRIÇÃO DO OBJETO DA LICITAÇÃO
- ANEXO 2 - PROPOSTA TÉCNICA: ORIENTAÇÕES PARA A ELABORAÇÃO E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO
- ANEXO 3 - PROPOSTA DE PREÇO: ORIENTAÇÕES PARA A ELABORAÇÃO E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO
- ANEXO 4 - MINUTA PROPOSTA DE PREÇO
- ANEXO 5 - EXIGÊNCIAS PARA HABILITAÇÃO
- ANEXO 6 - BRIEFING
- ANEXO 7 - COMPROVANTE DE RETIRADA
- ANEXO 8 - MODELO DE CREDENCIAMENTO
- ANEXO 9 - QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA
- ANEXO 10 - MODELO DE DECLARAÇÃO SOBRE USO DE MÃO-DE-OBRA INFANTIL
- ANEXO 11 - MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE E IMPEDITIVO DA HABILITAÇÃO
- ANEXO 12 - DECLARAÇÃO ESPECIAL (EDITAL DE LICITAÇÃO)
- ANEXO 13 - DECLARAÇÃO DE TRATAMENTO DOS DIREITOS ASTORIAIS
- ANEXO 14 - MINUTA DO CONTRATO
- ANEXO 15 - TABELA SINAPRO - PB (Não serão utilizados os valores previstos nesta tabela que não sejam objeto da presente licitação.)

SEÇÃO I

1- OBJETO, VALOR, VIGÊNCIA E FONTE DE RECURSOS

1.1- Contratação, através de licitação, na modalidade "Tomada de Preço", tipo "Melhor Técnica e melhor preço", de 1 (uma) agência de publicidade para a realização de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, compra de mídia e distribuição de publicidade, compra de assinaturas de periódicos e pesquisas, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir idéias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, bem como, o planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato,

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000.E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002

Cariri



ESTADO DA PARAIBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos, em consonância com as novas tecnologias, e a produção e execução técnica das peças ou material criados pela contratada.

1.1.1 Tendo em vista o princípio da publicidade previsto no objeto desta instrumento convocatório, deve a agência de publicidade e propaganda ser responsável pela divulgação oficial dos atos administrativos através da publicação em Diário Oficial, na imprensa, ou por edital, para conhecimento do público em geral, ressalvado as hipóteses de sigilo previstas na Constituição Federal.

1.1.2 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no objeto terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Contratante, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.1.3 Não são compreendidas no objeto desta licitação as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

1.2 - Os recursos orçamentários ao cumprimento dos contratos decorrentes desta Licitação estão oriundos da fonte orçamentária da Prefeitura Municipal de São Domingos do Cariri, ano 2021, estimados em R\$ 160.800,00, (Cento e Sessenta Mil Reais), assim discriminados:

04.00 Secretaria de Administração

04.122.0008.2005 - Manutenção das Atividades do Secretaria de Administração

Elemento de Defesa: 3.3.90.39.01 - Outros serviços de terceiros - Pessoa Jurídica

1.3 - Os serviços a serem contratados deverão ser executado no período de 01 (um) ano, contado do início da prestação do serviço, podendo ser prorrogável por mais ano.

1.5 A Contratante se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade da verba indicada no item 1.2.

2 - EXAMPES E/OU ORTENCÃO DO EDITAL

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000.E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍSA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

2.1 - Este Edital, com seus elementos constitutivos, será fornecido gratuitamente, nos dias úteis, de segunda à sexta-feira, no horário das 7:30 horas às 14:00 horas (horário local), a partir da data da sua emissão, na sede da Comissão Permanente de Licitação, situada no endereço mencionado no preâmbulo deste Edital.

2.2 - Após obtenção do Edital, o interessado deverá preencher o "Comprovante de Retirada do Edital" (Anexo 7), visando à comunicação aos interessados relativa aos pedidos de esclarecimentos e de outras situações que possam implicar, inclusive, aditamentos ao Edital.

2.3 - A falta de preenchimento do comprovante de retirada do Edital e do seu envio na forma estabelecida oxime a CPL de comunicação aos interessados de eventuais retificações ocorridas no instrumento convocatório, bem como de quaisquer informações adicionais.

3- DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

3.1 Esta Tomada 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.

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 Desclassificar as CONCORRENTES que desatenderem as exigências legais e as estabelecidas neste Edital, em especial as relacionadas à oposição 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 da qualificação técnica das CONCORRENTES, 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 CONCORRENTES relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitada pela CPL.

4 - DAS ALTERAÇÕES, ESCLARECIMENTOS

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000.E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

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

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
RUA JOSÉ FORTUNATO DE AQUINO, 106 - CENTRO SÃO DOMINGOS DO CARIRI- PB.
CEP: 58485-000 - Tel: (083) 3357-1002.
ATT.: COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO.

4.2 As CONCORRENTES 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 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 - DAS IMPUGNAÇÕES

5.1 Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar este edital, devendo protocolar o pedido até 5 (cinco) dias úteis antes da data fixada para a abertura dos envelopes de habilitação, devendo a Administração julgar e responder à impugnação em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 1º do art. 113 da Lei 8.666/93.

5.2 As impugnações ao Edital deverão ser formalizadas e protocoladas junto à Contratante, no endereço e horário constante da folha de rosto deste Edital e seu encaminhamento dar-se-á por intermédio da CPL.

5.3 Decairão do direito de impugnar os termos do presente Edital, a CONCORRENTE que não o fizer até o segundo dia útil que anteceder o recebimento das propostas, as falhas ou irregularidades que o viciariam, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso.

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

6- DOS RECURSOS

6.1 Dos atos praticados pela COMISSÃO cabem recurso no prazo de 05 (cinco) dias úteis, aplicando-se as disposições contidas no art. 109, I e II da Lei 8.666/93.

6.2 O RECURSO será entregue no protocolo da Contratante.

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000.E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

6.3 Interposto o recurso serão intimados os demais PROPONENTES, que poderão impugná-lo no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

6.4 O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, à qual poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 05 (cinco) dias úteis ou, neste mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado. Neste caso, a decisão do Diretor-Presidente será proferida em 05 (cinco) dias úteis contados do recebimento do recurso.

7 - CONDIÇÕES PARA PARTICIPAÇÃO

7.1 - Poderão participar da presente Licitação as empresas brasileiras, legalmente constituídas e estabelecidas, que atendam às condições exigidas neste Edital, sendo vedada a participação em Consórcio.

7.2 - Os serviços de publicidade previstos neste edital será contratado em agência de propaganda cuja atividade seja disciplinada pela Lei nº 4.683, 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 Somos vedadas a participação de empresas que, na data de sua abertura, apresentem quaisquer das seguintes situações:

- a) Possuam entre seus dirigentes, gerentes, sócios, responsáveis legais ou técnicos, membros do conselho técnico, fiscal, consultivo, deliberativo ou administrativo, qualquer pessoa que seja membro da Administração da Contratante;
- b) Estejam cumprindo sanção de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, aplicada por qualquer órgão da Administração Pública;
- c) Estejam cumprindo sanção de suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Contratante;
- d) Que se enquadre em qualquer das hipóteses previstas no art. 9º da Lei nº 8.866/93;
- e) Que não possuam como objeto social, exclusivamente, a atividade da agência de publicidade;
- f) Que estejam constituídas sob a forma de consórcio;
- g) Que apresente o Envelope Nº 1 diferente daquele fornecida pela CPL.

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

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000, E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

- 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 N° 1 fornecido pela CPL, bem como todos os documentos e informações necessárias à participação deste certame.

7.5 Nenhuma licitante poderá participar desta Tomada de Preço 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 8), 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 cópia 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 - Em sendo sócio, proprietário, dirigente ou assemblado da Empresa licitante, deverá apresentar cópia da cédula de identidade ou outro documento de identificação pessoal de fé pública, acompanhada da cópia do respectivo Estatuto ou Contrato Social em vigor, devidamente registrado no órgão de registro de comércio competente, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura. Em caso de administrador eleito em ato apartado, deverá ser apresentada cópia da ata de reunião ou assembléia em que se deu a eleição.

8.2 - 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.

8.3 - Em todas as fases desta Tomada de Preço será admitido apenas um representante por CONCORRENTE e não será admitida a participação de um mesmo representante para mais de uma CONCORRENTE.

Rua: José Fortunato de Aquino, n.º. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000.E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAIBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

8.4 Na hipótese de substituição do representante no decorrer do processo licitatório deverão ser apresentados novo credenciamento.

8.5 Caso a CONCORRENTE não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preço 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.

8.6 Os documentos necessários para a representação das CONCORRENTES nas sessões deverão ser entregues à CPL apartados dos envelopes.

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 Os ENVELOPES Nº 2, 3, 4 e 5 serão providenciados pela CONCORRENTE e poderão ser constituídos por embalagem(ns) adequada(s) às características de seu conteúdo, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam, até a sua abertura.

9.1.2 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 2 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, composto de, conforme determina o art. 7º da Lei 12.232/2010:

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 - idéia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitadas 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.

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000.E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

9.3 Somente serão aceitas pela CPL a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária no ENVELOPE N° 1, o qual será fornecido pela Contratante, mediante recibo identificação, e a pedido da CONCORRENTE.

9.4 O ENVELOPE N° 1 será padronizado e fornecido previamente pelo Contratante sem nenhum tipo de identificação na parte externa, para preservar, até a abertura do ENVELOPE N° 2, o sigilo quanto a autoria do Plano de Comunicação Publicitária.

9.5 O ENVELOPE N° 1 deverá estar fechado, sem lecre externo, sem rubrica ou qualquer tipo de identificação.

DO ENVELOPE N° 2

9.6 O ENVELOPE N° 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 9°, § 2°, da Lei Federal nº 12.232/2010.

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

ENVELOPE N° 2 PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA (RACIONÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA E ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA)
 NOME E CNPJ DA CONCORRENTE
 TOMADA DE PREÇO N°002/2021

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 Concorrente.

DO ENVELOPE N° 3

9.9 O ENVELOPE N° 3 deverá conter os documentos relativos à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação. Devendo os documentos nele acondicionados terem a identificação da CONCORRENTE, bem como serem assinados na última página e rubricados nas demais.

9.10 O ENVELOPE N° 3 deverá ser fechado e rubricado no fecho, e identificado em seu exterior com os seguintes dados:

ENVELOPE N° 3
 PROPOSTA TÉCNICA - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
 NOME E CNPJ DA CONCORRENTE
 TOMADA DE PREÇO N°002/2021

Rua: José Fortunato de Aquino, n°. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdecariri@gmail.com. Tel. 3357-1002



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO**

9.11 O ENVELOPE Nº 3 e os documentos nele contidos não poderão ter informação, marca, sinal, estigmate 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

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

9.12.1 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 de minuta constante do Anexo 4.

9.12.2 Os critérios de apresentação e julgamento da Proposta de Preços encontram-se no Anexo 3.

9.12.3 Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da CONCORRENTE 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 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 CONCORRENTE
- TOMADA DE PREÇO Nº002/2021

DO ENVELOPE Nº 5

9.14 O ENVELOPE Nº 5, não transparente, devidamente lacrado e rubricado no fecho, deverá acondicionar os documentos de HABILITAÇÃO dos LICITANTES classificados no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do art. 11 da Lei 12.232/2010.

9.15 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 CONCORRENTE
- TOMADA DE PREÇO Nº002/2021

9.16 O ENVELOPE Nº 5 deverá ser apresentado pelas CONCORRENTES após a publicação de resultado do julgamento final das Propostas, em sessão pública.

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000.E-mail: sdecariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

específica, cujo local e data serão previamente divulgados na imprensa oficial, devendo conter os documentos de Habilitação que estão relacionados no Anexo 5.

9.17 A documentação exigida para a habilitação, descrita no Anexo 5, 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, autenticada por certório; 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 DO PROCEDIMENTO LICITATÓRIO.

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

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

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

10.4 De todas as sessões públicas serão lavradas ata circunstanciada, a ser assinada pelos membros da CPL e pelos representantes das CONCORRENTES presentes.

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

10.5 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 presente Tomada.

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

10.7 Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos ENVELOPES Proposta Técnica e de Preços.

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

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

10.8.1 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.

10.9 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.

10.10 Os ENVELOPES das CONCORRENTES 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 no D.O.E. , do julgamento final desse certame, após o que serão destruídos.

DA PRIMEIRA SESSÃO

10.11 Dado início aos trabalhos na sessão pública de recebimento dos ENVELOPES PROPOSTA TÉCNICA E DE PREÇOS (ENVELOPES Nº 1, 2, 3 e 4), a CPL identificará os representantes das CONCORRENTES, por meio do documento de procuração - Anexo 8 deste Edital e de acordo com o disposto no item 5 - Credenciamento.

10.12 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.

10.13 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.

10.14 A CPL e as CONCORRENTES ou os representantes nomeados de acordo com o item 10.4.1 rubricarão, no fecho, o ENVELOPE Nº 2 e 4, que permanecerão fechados, sob a sua guarda e responsabilidade.

10.15 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.

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

10.15 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 10.4.1.

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

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

10.19 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.

10.20 Havendo desistência expressa de todas as CONCORRENTES de interpor recursos em relação às decisões tomadas pela CPL na primeira sessão, os procedimentos licitatórios terão continuidade. Caso contrário, a CPL divulgará o resultado no Informativo jornal do desenvolvimento deste órgão, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da data da publicação, para a interposição de recursos.

10.21 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência, 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.

10.22 Os documentos dos ENVELOPES Nº 1, 2, 3 e 4 serão guardados em caixas lacradas distintas. Os lacros serão rubricados pela CPL e pelas CONCORRENTES ou pelos representantes nomeados de acordo com o item 10.4.1.

10.23 As caixas serão mantidas pela CPL em local seguro.

10.24 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 CONCORRENTE relativa aos quesitos analisados;

b) Justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações, em cada caso;

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

c) Ata de julgamento das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária assinada por todos os membros da Comissão Técnica;

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

10.25 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.

10.26 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 CONCORRENTE 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 do 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 CONCORRENTES.

10.27 Serão atribuídas pontuação à proposta técnica desclassificada por descumprir o edital, exceto no tocante às condutas vedadas nos itens 10.27.1 e 10.27.2, cuja planilha ficará acondicionada em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica até que se expire o prazo para recurso:

10.27.1 - será vedada a oposição, 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;

10.27.2 - será vedada a oposição no invólucro referente à capacidade de atendimento, ao repertório e ao relato de soluções do problema 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 de invólucro que contém sua via identificada.

10.28 As planilhas a que se referem às alíneas "a" dos itens 10.24 e 10.26 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro da Comissão Técnica para cada subquesto do Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de

Rua: José Fortunato de Aquino, n.º. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada CONCORRENTE.

DA SEGUNDA SESSÃO

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

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

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

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

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

10.31 Havendo tempo hábil e desistência de todas as CONCORRENTES da intenção de interpor recursos, mediante manifestação formal de todos, registrada em ata, os ENVELOPES N° 4 - Proposta de Preços - poderão ser abertos em sessão (mediatamente posterior).

10.31.1 Não havendo tempo hábil, ou não havendo desistência de todas as CONCORRENTES da intenção de interpor recurso, 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

10.33 Não tendo sido interposto o recurso, ou tendo havido sua desistência, ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a CPL convocará as CONCORRENTES para participar da terceira sessão pública para a abertura dos ENVELOPES N° 4 - Proposta de Preços.

10.34 Será conferido o(s) laço(s) da(s) caixa(s) contendo a ENVELOPE N° 4 antes de sua abertura.

10.35 Após abertos os ENVELOPES N° 4, as Propostas de Preço pelas quantias serão rubricadas pelos membros da CPL e pelos representantes previamente credenciados das CONCORRENTES presentes ou por aqueles nomeados de acordo com o item 10.4.1

Rua: José Fortunato de Aquino, n° 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: stcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

10.33.1 O Involúcro "4" conterá a Planilha de Preços sujeitos a valoração, a ser preenchida apenas com as informações constantes do Anexo 4.

10.35 Examinado o cumprimento das exigências fixadas neste Edital, e nas normas estabelecidas pelo CNP, 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 CONCORRENTE, conforme determina o inciso IX do §4º do art. 11 da Lei 12.232/2010 c/c incisos II, III, IV do § 1º do art. 46 da Lei 8.666, 21 de Junho de 1993:

10.36.1 - 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;

10.36.2 - 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;

10.36.3 - 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.

10.37 Somente os representantes legais das AGÊNCIAS poderão participar da negociação descrita nos itens 10.36.1.

10.38 Será declarada vencedora do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preço, a CONCORRENTE classificada na Proposta Técnica que concordar em praticar os preços oferecidos pela (s) CONCORRENTE(S) ganhadora(s) da Proposta de Preços.

10.39 Após o julgamento e a negociação prevista no item 10.36.1, 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

10.41 Não havendo interposição de recurso ou sendo julgados os recursos interpostos e publicado o resultado, a(s) AGÊNCIA(S) cuja(s) proposta(s) tenha(m) sido classificada(s) será(ão) convocada(s) para a apresentação do ENVELOPE Nº 5 HABILITAÇÃO.

Handwritten signature

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000.E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

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

10.43 Depois de identificados os representantes das CONCORRENTES, serão recebidos e abertos os ENVELOPES Nº 5, os Documentos de Habilitação nos casos em que as propostas serão rubricadas pelos membros da CPL e pelos representantes previamente credenciados das CONCORRENTES presentes ou por aqueles nomeados de acordo com o item 10.4.1.

10.44 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.

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

11. DA HOMOLOGAÇÃO, DA ADJUDICAÇÃO E DA CONTRATAÇÃO

11.1 Habilitada a CONCORRENTE, o procedimento será homologado e o objeto será adjudicado à AGENCIA melhor classificada.

11.2 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 os itens 4 do Anexo 5, deste Instrumento Convocatório;

b) certidão negativa de recuperação judicial, extrajudicial ou falência, expedida pelo distribuidor da sede do LICITANTE, com data posterior à homologação.

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

11.2.2 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 arts. 81 e 87 da Lei 8.666/93 e neste Edital.

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

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

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB, Cep 58.485-000. E-mail: stcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

11.5 A assinatura do contrato estará condicionada à regularidade da situação das CONCORRENTES VENCEDORA.

11.6 A recusa injustificada da CONCORRENTE 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 as CONCORRENTES remanescentes respeitadas a ordem de classificação, prevalecendo, neste caso, as mesmas condições da proposta do primeiro classificado.

11.7 As CONCORRENTES remanescentes convocadas na forma do item anterior, que não concordarem em assinar o contrato, não estarão sujeitas às penalidades acima mencionadas.

12 - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

12.1 Aqueles que apresentarem documentação falsa, ensejar o retardamento da execução do seu objeto, não mantiver a proposta, falhar ou fraudar na execução do contrato, comportar-se de modo inidôneo, fizer declaração falsa ou cometer fraude fiscal e que, convocado dentro do prazo de validade de sua proposta, não assinar o contrato, ficará sujeito às seguintes sanções, sem prejuízo da reparação dos danos causados ao CONTRATANTE pelo infrator, na forma da legislação.

12.2 As seguintes sanções poderão ser aplicadas às CONCORRENTES, sem prejuízo da reparação dos danos causados ao CONTRATANTE pelo infrator, na forma da legislação:

12.2.1 advertência;

12.2.2 multa;

12.2.3 suspensão temporária do direito de licitar e contratar com a Contratante por período não superior a 2 (dois) anos ou enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição, ou, ainda, até que seja promovida a reabilitação perante a autoridade que aplicou a penalidade; e

12.2.4 Declaração de inidoneidade para licitar e 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.

12.3 Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, que prevê defesa prévia do interessado e recurso nos prazos definidos em lei, sendo-lhe franqueada vista ao processo.

13. DA GARANTIA

13.1 - A CONTRATADA entregará à CONTRATANTE comprovante de garantia, na modalidade caução em dinheiro 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.

Rua: José Fortunato de Aquino, n.º 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

13.1.1 - O comprovante de garantia deverá ser entregue, no endereço da Contratante, bem como deverá ser entregue cópia do supracitado comprovante no momento da assinatura do contrato.

13.2 - A garantia responderá pelo fiel cumprimento das disposições do contrato, ficando a CONTRATANTE autorizado a executá-la para cobrir multas, indenizações ou pagamento de qualquer obrigação, inclusive em caso de rescisão.

13.3 - Utilizada a garantia, a CONTRATADA obriga-se a integralizá-la no prazo de 5 (cinco) dias úteis contado da data em que for notificada formalmente pela CONTRATANTE.

13.4 - O valor da garantia somente será liberado à CONTRATADA quando do término ou rescisão do contrato, desde que não possua dívida inadimplida com o CONTRATANTE e mediante expressa autorização deste.

13.5 - 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.

13.6 - 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.

13.7 - Em caso de fiança bancária, deverão constar no instrumento, não sendo aceito pelo CONTRATANTE fiança bancária que não atenda aos seguintes requisitos:

- a) prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato;
- b) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário e principal pagador, fará o pagamento ao CONTRATANTE, dos prejuízos por esse sofridos em razão de descumprimento das obrigações da CONTRATADA, independentemente de interposição judicial;
- c) expressa renúncia do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos artigos 827 e 838 do Código Civil;
- d) cláusula que assegure a atualização do valor afiançado.

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

- a) o CONTRATANTE como beneficiário;
- b) que o seguro garante o fiel cumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA neste contrato, inclusive as de natureza trabalhista e/ou previdenciária, até o valor da garantia fixado na apólice.

14 - DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdecariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

14.1 A presente licitação não obriga necessariamente em contratação, podendo o Contratante revogá-la ou anulá-la, no todo ou em parte, por razões de interesse público, decorradas de fato superveniente, ou anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação, mediante ato escrito e fundamentado, disponibilizado para conhecimento dos PROPONENTES da licitação. O Contratante poderá, ainda, prorrogar, a qualquer tempo, os prazos para recebimentos dos ENVELOPES ou para sua abertura.

14.2 A CONCORRENTE é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação. A falsidade de qualquer documento apresentado ou a não veracidade das informações nele contidas implicará a imediata desclassificação da CONCORRENTE que o tiver apresentado, ou, caso tenha sido a vencedora, a rescisão do contrato, sem prejuízo das demais sanções cabíveis.

14.3 Somos facultados à CPL ou à autoridade a elas superior, em qualquer fase da licitação, promover diligências com vistas a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documentos. Neste caso, ficarão suspensos todos os prazos eventualmente em curso, até o término efetivo das diligências promovidas.

14.4 A AGÊNCIA intimada deverá prestar os devidos esclarecimentos adicionais, por escrito, no prazo determinado pela CPL, sob pena de inabilitação/desclassificação.

14.5 Todas as decisões deste Edital, assim como os compromissos assumidos pela AGÊNCIA vencedora, em sua proposta e seus respectivos anexos, farão parte do contrato, independentemente de transcrição.

14.6 Todas as decisões referentes a este processo licitatório serão comunicadas às CONCORRENTES mediante intimação, a qual poderá se dar nas próprias reuniões - se presentes representantes de todas as CONCORRENTES - ou por qualquer meio de comunicação que comprove o recebimento, ou, ainda, mediante publicação.

14.7 Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas no Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pela CONCORRENTE vencedora que tenham servido de base para o julgamento das Propostas.

14.8 No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, a AGÊNCIA que vier a ser CONTRATADA deverá comprovar que possui, no Estado da Paraíba, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados pelo Contratante.

14.9 A INTERESSADA se obriga a manter, durante todo o processo, inclusive durante a execução do contrato, as condições de qualificação, técnica e habilitação exigidas nesse processo licitatório.

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

14.10 Até a assinatura do contrato, a AGÊNCIA vencedora poderá ser desclassificada caso envolva-se em atos ou fatos desabonadores, independentemente de solicitação, respeitados os princípios de contraditório e da ampla defesa.

14.10.1 Se ocorrer a desclassificação da AGÊNCIA vencedora por fatos referidos no item precedente, o Contratante poderá convocar as CONCORRENTES remanescentes, por ordem de classificação, ou revogar esta Tomada.

14.11 Se a AGÊNCIA declarada vencedora se recusar a constituir a garantia contratual ou a assinar o contrato, o Contratante aplicará multa compensatória de 10% (dez por cento), calculada sobre o valor total estimado da contratação, além de poder aplicar as demais sanções e penalidades previstas neste edital.

14.12 São vedadas a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, ofender o princípio de igualdade entre as CONCORRENTES.

14.13 Havendo indícios de conluio entre as CONCORRENTES ou de qualquer ato de má fé, o Contratante adotará as providências cabíveis junto aos órgãos competentes do Poder Público.

14.14 São vedados às CONCORRENTES tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, de acordo com o art. 53 da Lei 8.666/1993.

14.15 Antes do aviso oficial de resultado desta Tomada de Preço, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as propostas.

14.16 Os casos não previstos neste Edital serão decididos pela Subcomissão Técnica e pela Comissão Permanente de Licitação conforme o caso.

14.17 O foro designado para julgamento de quaisquer questões judiciais resultantes deste Edital será o da Circunscrição Judiciária de COMARCA DE CABACEIRAS.

14.18 A entrega dos ENVELOPES de documentos de CREDENCIAMENTO, HABILITAÇÃO e PROPOSTAS implicam a sujeição total do LICITANTE aos termos deste Edital e de seus anexos.

14.19 No caso de eventual divergência entre este Edital e seus anexos, prevalecerá o que a COMISSÃO decidir, com base nos princípios que informam a Administração Pública e as regras específicas das Leis 12.232 e 8.666/93.

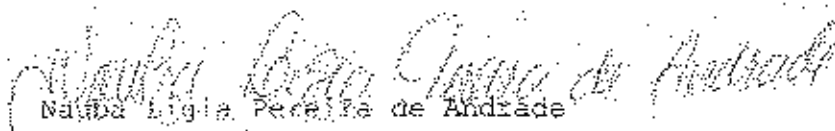
Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

14.25 Somos vedadas a subcontratação de outra agência de propaganda para a execução dos serviços compreendidos no objeto do edital.

São Domingos do Cariri, 25 de Março de 2021.


Nauba Ligia Pereira de Andrade
Presidente da CPI.

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep
58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

ANEXO 1 - DESCRIÇÃO DO OBJETO DA LICITAÇÃO

1. OBJETO

1.1 - Contratação, através de licitação, na modalidade "Tomada de Preço", tipo "Melhor Técnica e Melhor preço", de 1 (uma) agência de publicidade para a realização de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, compra de mídia e distribuição de publicidade, compra de assinaturas de periódicos e pesquisas, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir idéias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral; bem como, o planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato, a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos, em consonância com as novas tecnologias, e a produção e execução técnica das peças ou material criados pela contratada.

1.1.1 - As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no objeto deste edital terão a finalidade de:

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

1.2 Serão vedadas a inclusão de quaisquer outras atividades no objeto desta Tomada, em especial as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.3 Os serviços objeto da presente Tomada serão contratados com AGÊNCIA de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de atendimento, nos termos do art. 4º da Lei 12.232/2010.

1.4 A AGÊNCIA não poderá subcontratar outra(s) agência(s) de propaganda para a execução dos serviços previstos no item 1.1 e atuarão por conta e ordem do CONTRATANTE na contratação de:

- a) tomadoras de serviços especializados para a produção e a execução técnica das peças, campanhas e materiais e para a execução dos serviços conexos e complementares previstos no item 1.1.
- b) veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários.

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

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

1.6 A AGÊNCIA atuará de acordo com solicitação do CONTRATANTE.

1.7 A AGÊNCIA deverá centralizar o comando da publicidade do CONTRATANTE no Estado da Paraíba e manter, nessa cidade, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados.

1.8 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.

1.9 A AGÊNCIA contratada deverá possuir e manter, durante todo o período do contrato, uma área de comunicação/mídia digital.

ANEXO 2 - PROPOSTA TÉCNICA: ORIENTAÇÕES PARA A ELABORAÇÃO E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

1. As CONCORRENTES deverão comprovar que atendem aos requisitos previstos na Lei 12.232/2010, Instrução Normativa SECOM N° 4, de 21 de dezembro de 2010, e o disposto no Inciso IV do Art. 30 da Lei 8.666/1993.

2. O atendimento aos normativos acima referidos deverá ser comprovado por meio de Proposta Técnica estruturada em 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Registro de Soluções de Problemas de Comunicação.

3. Plano de Comunicação Publicitária:

3.1 As CONCORRENTES apresentarão Plano de Comunicação Publicitária elaborado com base no briefing constante do Anexo 6 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 N° 1 e N° 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 N° 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 e ou material referentes à idéia criativa, e ser datado e assinado na última página e rubricado nos demais, pelo representante legal da CONCORRENTE.

Rua: José Fortunato de Aquino, n°. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

3.5 O Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação e Estratégia de Mídia e Não Mídia) deverá ser:

- em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
- com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- com textos justificados;
- com espaçamento 'simples' entre as linhas;
- com texto e numeração de páginas em fonte 'arial', estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '12 pontos';
- com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página externa, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- com caderno único e com espiral preta colocado à esquerda;
- capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco;
- sem identificação da licitante.

3.6 Os sub quesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e ou tabelas, observadas as seguintes regras:

- a) os gráficos e/ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte 'arial', estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '10 pontos';

3.7 Os exemplos de peças e ou material da idéia criativa devem ter formatos compatíveis com suas características e adequarem-se às dimensões do invólucro fornecido pelo Contratante.

3.8 Os exemplos de peças e/ou material integrantes do subquesito Idéia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o item 3.5, devendo vir dentro do INVÓLUCRO N° 1.

3.9 Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação, conforme inciso XI do art. 6° da Lei 12.232/2010, devendo serem apresentados em orientação paisagem, e papel A4.

3.10 No cálculo da alocação dos valores para a produção e veiculação da campanha da Idéia Criativa, as CONCORRENTES utilizarão como referencial a verba indicada no Briefing.

3.11 A AGÊNCIA contratada deverá manter no Estado da Paraíba, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados.

[Assinatura]

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

3.12 Os textos pertinentes ao Plano de Comunicação Publicitária estão limitados a 10 (dez) laudas, ressalvados os roteiros das peças de que trata a alínea "c" do item 3.14 (idéia Criativa) e os textos, tabelas, gráficos e planilhas referentes à Estratégia de Mídia e Não Mídia que não serão computados nesse limite de laudas.

3.13 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não tem limitação quanto ao número de páginas.

3.14 O Plano de Comunicação Publicitária deverá compreender os seguintes quesitos:

a) Raciocínio Básico - texto em que a CONCORRENTE apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação do CONTRATANTE, a compreensão sobre as informações constantes do briefing e os desafios de comunicação a serem enfrentados.

b) Estratégia de Comunicação - apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(a) e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo anunciante, compreendendo:

b.1) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, deverá fundamentar a proposta de solução publicitária;

b.2) explicitação e defesa dos principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar;

c) Idéia Criativa - a CONCORRENTE apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corresponderão à resposta criativa da agência aos desafios e metas por ela explicitados na estratégia de comunicação publicitária. Os exemplos estão limitados a 20 (vinte), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou da característica da peça e podem ser apresentados sob a forma de: roteiro, layout e storyboard impressos, para qualquer meio, e de protótipo ou "monstro", para rádio e internet. Só se admitirão exemplos acabados de peças de não mídia. Dos exemplos apresentados devem constar 3 (três) peças para o público interno e 2 (duas) peças com solução de comunicação no ambiente web. A concorrente terá liberdade para definir o formato de produção das peças para o ambiente web, mas deverá apresentá-las, em CD ou DVD, em formatos universais, como exemplo: PDF, JPG, MPGE.

OBS: As CONCORRENTES apresentarão relação de todas as peças integrantes da campanha, incluídas as eventuais reduções e variações de formato.

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia, constituída de:

d.1) Texto em que a CONCORRENTE explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida, levando em consideração a verba disponível,

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB, Cep: 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002

CARIRI

ESTADO DA PARAIBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

as informações constantes de Briefing, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação. A CONCORRENTE deverá demonstrar capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha, podendo contemplar os canais de comunicação próprios do CONTRATANTE.

d.2) simulação do plano de distribuição das peças da Idéja Criativa, acompanhada de tabelas, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas. Na simulação deverá constar um resumo geral com as informações sobre, pelo menos: o período de veiculação; os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, separadamente, por meios; e os valores (absolutos e percentuais) alocados em produção. No caso de não mídia, no resumo geral também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça. Na simulação, os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos. No cálculo da alocação dos valores para a produção e veiculação da campanha de que trata a Idéja Criativa, a CONCORRENTE utilizará como referencial a verba indicada no Briefing.

4 Capacidade de Atendimento

4.1 A CONCORRENTE deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno único, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial tamanho 12, em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última por seu representante legal.

4.2 Os documentos e informações e o caderno único mencionados no item acima não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada - a possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do ENVELOPE N° 2.

4.3 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos em que a CONCORRENTE apresentará:

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

Rua: José Fortunato de Aquino, n° 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

regularmente à disposição do anunciante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

5 Repertório

5.1 A CONCORRENTE deverá apresentar os documentos e informações que constituem o Repertório na forma dos itens 4.1 e 4.2 anteriores.

5.2 O Repertório constituirá um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/expostos/exibidos pelas CONCORRENTES, preferencialmente nos últimos 3 (três) anos, para anunciantes que não o CONTRATANTE, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver. As CONCORRENTES deverão apresentar 3 (três) peças produzidas, veiculadas ou distribuídas. Cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação das CONCORRENTES, título, data de produção, período de veiculação/exposição/ exibição e menção de pelo menos um veículo/espço que a divulgou/expôs/exibiu. As peças eletrônicas e os spots e/ou jingles deverão ser fornecidos em CD ou DVD; e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

5.3 Se a CONCORRENTE apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no item 5.2, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional à prevista na alínea "c" do item 11 aplicando-se a regra de três simples.

5.4 As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo CONTRATANTE.

6 Relatos de soluções de problemas de comunicação

6.1 A CONCORRENTE deverá apresentar os documentos que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação na forma descrita nos subitens 4.1 e 4.2, os quais consistirá na apresentação, pela licitante, de soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

6.2 Deverão ser apresentadas 3 (três) cases, de no máximo 2 (duas) páginas cada, formalmente referenciadas pelos respectivos anunciantes, permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças de qualquer tipo para cada relato. Os relatos apresentados não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo CONTRATANTE. As peças eletrônicas e/ou os spots e/ou jingles deverão ser fornecidos em CD ou DVD; e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

6.3 Se a CONCORRENTE apresentar cases em quantidade inferior à estabelecida no item acima, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional à prevista na alínea "d" do item 11, aplicando-se a regra de três simples.

Rua: José Fortunato de Aquino, n.º. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

7 JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

7.1 A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das CONCORRENTES quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e seus anexos.

8. Serão levados em consideração no julgamento, pela Subcomissão Técnica, os seguintes atributos:

8.1 Plano de Comunicação Publicitária

8.1.1 No que se refere ao Raciocínio Básico, será levada em consideração a acuidade de compreensão:

- a) das funções e do papel do anunciante nos contextos social, político e econômico;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do anunciante com seus públicos;
- c) das características do anunciante e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) sobre a natureza e a extensão do objeto desta licitação;
- e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo anunciante;
- f) das necessidades de comunicação do anunciante para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).

8.1.2 No que se refere à Estratégia de Comunicação:

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do anunciante e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de descobrimentos positivos do conceito proposto para a comunicação do anunciante com seus públicos;
- 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 do anunciante;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002

ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o anunciante, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível.

8.1.3 No que se refere à Idéia Criativa:

- a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação do anunciante;
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade de forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades do anunciante e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) os desdobramentos conceitualivos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- i) a executabilidade das peças e ou do material;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

8.1.4 No que se refere à Estratégia de Mídia e Não Mídia:

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do anunciante, indicados no *briefing*;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
- f) a otimização de mídia segmentada, alternativa e de massa.

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000, E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

8.2 No que se refere à Capacidade de Atendimento:

- a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do anunciante;
- d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre o anunciante e a licitante, esquematizado na proposta;
- 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 do anunciante, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

8.3 - No que se refere ao Repertório:

- a) a idéia criativa e sua pertinência ao problema a ser resolvido;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas.

8.4 - No que se refere aos Relatos de Soluções de Problema de Comunicação:

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

9. A critério do CONTRATANTE, as ações de comunicação das CONCORRENTES poderão ou não vir a ser produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, caso as CONCORRENTES venham a formalizar contrato de prestação de serviço com o CONTRATANTE.

PONTUAÇÃO

10. A avaliação das Propostas Técnicas poderá resultar na pontuação máxima de 100 (cem) pontos.

11. Cada questão poderá atingir a pontuação máxima descrita a seguir:

- a) Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)
- I Raciocínio Básico - 10 (dez)
- II Estratégia de Comunicação - 25 (vinte e cinco)

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep: 58.485-000. E-mail: sdecariri@gmail.com. Tel 3357-1002

ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

III Idéia Criativa - 20 (vinte)

IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia - 10 (dez)

b) Capacidade de Atendimento: 15 (quinze)

c) Repertório: 10 (dez)

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez).

11.1 Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá notas individuais a cada um dos quesitos, obedecendo intervalos de 0,5 (meio) ponto e levando em consideração todos os itens previstos neste anexo.

11.2 A nota final do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão Técnica, com duas casas decimais, respeitada a pontuação máxima de cada quesito.

11.3 A nota final de cada CONCORRENTE corresponderá à soma das notas finais dos quesitos.

11.4 A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos neste instrumento convocatório:

11.4.1 Se persistir a diferença de pontuação após a reavaliação do quesito, os autores das pontuações deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito, a qual será assinada por todos os membros da subcomissão técnica e passará a compor o processo da licitação.

11.5 Se houver desclassificação de alguma Proposta Técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação da CONCORRENTE antes da abertura do ENVELOPE N° 2 - via identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

11.6 A verificação de irregularidades nos documentos apresentados acarretará a licitante a penalização referente à perda da metade dos pontos (50% do total) obtidos no computo geral da proposta técnica. Irregularidades em documentos obrigatórios implicarão na desclassificação sumária da empresa.

11.7 Serão classificadas as Propostas Técnicas das CONCORRENTES que atenderem a todas as condições a seguir:

a) Obtiverem nota final igual ou superior a 80 pontos;

Rua: José Fortunato de Aquino, n.º 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

- b) Obtiverem nota igual ou superior a 15 (quinze) pontos no quesito Estratégia de Comunicação;
- b) Obtiverem nota igual ou superior a 12 (doze) pontos no quesito Idéia Criativa;
- d) Obtiverem nota igual ou superior a 6 (seis) pontos no quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- e) Obtiverem nota igual ou superior a 10 (dez) pontos no quesito Capacidade de Atendimento;
- f) Não obtiverem nota 0 (zero) em nenhum quesito;
- g) Atenderem as demais exigências deste Edital.

11.8 Em caso de empate serão consideradas como melhores classificadas as CONCORRENTES que tiverem obtido as melhores pontuações nos quesitos do Plano de Comunicação Publicitária, observando-se a ordem dos quesitos abaixo, até que se obtenha o desempate:

- a) Estratégia de Comunicação;
- b) Idéia Criativa;
- c) Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- d) Raciocínio Básico.

11.9 Persistindo o empate depois de adotado o critério anterior, será considerada a nota obtida no quesito Capacidade de Atendimento. Por fim, serão consideradas as notas do Relatório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, consecutivamente.

11.10 Em último caso, não havendo mais forma de desempate pelo aspecto técnico, 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. Caso o sorteio não ocorra na Sessão, todas as AGÊNCIAS serão comunicadas, formalmente, do dia, hora e local do sorteio.

11.10.1 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.

ANEXO 3 - PROPOSTA DE PREÇOS : ORIENTAÇÕES PARA A ELABORAÇÃO E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

1. 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;

Rua: José Fortunato de Aguiar, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

c) apresentar qualquer acréscimo aos preços previstos na Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Paraíba, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante;

d) apresentar percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) e inferior a 5% (cinco por cento) referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição **não** proporcione a licitante o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros; ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato; e, à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

2 Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o Anexo 1.

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

DESCONTO/ HONORÁRIO	NOTAS
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços executados pela contratada, baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Paraíba.	$N = 0,5 \times \text{desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material, cuja distribuição não proporcione a licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n° 4.686, de 1965	$N = 3,0 \times (15,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato.	

Rua: José Fortunato de Aquino, n°. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002

ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

<p>Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.</p>	$N = 3,0 \times (15,0 - \text{Honorários})$
<p>Observação: para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos desconto e honorários serão substituídos nas fórmulas da coluna Notas pelas respectivas porcentagens que constarem de sua Planilha de Preços Sujitos à Valoração, sem o símbolo "%".</p>	

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

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

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

4.2 Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente o menor percentual de honorários referentes aos:

a) preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;

b) preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

c) preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

Rua: José Fortunato de Aquino, n.º. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

4) custos dos serviços executados pela contratada, baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Paraíba.

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

6 Erros aritméticos serão retificados da seguinte forma: se houver discrepância entre os percentuais propostos, prevalecerá o menor por extenso e se a licitante não aceitar a correção do erro, sua proposta será rejeitada.

7 No preço proposto estarão incluídos 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 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.

9 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 13, parágrafo único, da Lei Federal 12.232/2010.

10 O ressarcimento dos custos dos serviços executados pela contratada, será feito com base na tabela referencial de custos internos do SINAPRO-PB.

11 O prazo de validade das propostas será declarado pela AGÊNCIA, não podendo ser inferior a 60 (sessenta) dias, contado da data de sua apresentação.

11.1 Expirado o prazo de validade das propostas sem convocação para a contratação, as AGÊNCIAS ficam liberadas dos compromissos assumidos, inclusive as vencedoras, que podem se recusar a assinar o contrato, salvo se tiverem dado causa ao atraso.

12. A simples apresentação das propostas implicará a aceitação integral das condições fixadas neste Edital, bem como a observância da legislação e normas legais pertinentes.

13. Não serão consideradas quaisquer cláusulas ou condições especiais no corpo das propostas, oferta de vantagem não prevista neste Edital.

14. 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.

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

15. Uma vez conhecida a proposta de menor preço, a AGÊNCIA melhor classificada na proposta técnica, será chamada para se manifestar quanto à concordância em realizar os serviços pelo mesmo percentual da proposta de menor valor. Não havendo concordância, a CPL passará a chamar as demais concorrentes, pela ordem de classificação.

16. A AGÊNCIA convocada na forma do item 12 que não concordar com o preço da 1ª classificada perderá o direito de contratar os serviços com o CONTRATANTE, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

17. 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 4 - MINUTA DE PROPOSTA DE PREÇOS

Aos Prezados Senhores,

Ref.: - TOMADA DE PREÇO Nº 002/2021

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

1. IDENTIFICAÇÃO DO CONCORRENTE:

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 do contrato que o integra.

2.2 Quaisquer reclamações oriundas da prestação dos serviços deverão ser formalizadas por escrito e dirigidas ao nosso escritório, sito no (a) (informar endereço completo).

3. REMUNERAÇÃO

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

a) o desconto de -----% (por extenso) sobre os custos dos serviços executados pela contratada, baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Paraíba.

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002

ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

b) os honorários de -----% (por extenso) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição **não** proporcione a licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 13 da Lei nº 4.680, de 1965;

c) os honorários de -----% (por extenso) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

d) os honorários de -----% (por extenso) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

3.2 Para aprovação dos serviços realizados por fornecedores serão apresentados, no mínimo, 3 (três) cotações de preços, colhidas entre fornecedores distintos sem vinculação societária entre eles e esta empresa, conforme estipulado na Lei 12.232/2010.

3.3 O CONTRATANTE verificará a compatibilidade dos preços propostos com os praticados no mercado e indicará o Preço de Referência para execução dos serviços.

3.4 Na impossibilidade dos fornecedores desta Empresa praticarem o Preço de Referência indicado, a Contratada deverá fazer nova cotação de preços.

3.5 A Contratante não pagará honorários ou qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

3.6 O ressarcimento dos custos dos serviços executados pela contratada será feito com base na tabela referencial de custos internos do SINAPRO-PB.

Datar e assinar

ASSINATURA E CARIMBO DA AGÊNCIA

(OBS.: REPRESENTANTE LEGAL DO CONCORRENTE)

ANEXO 5 - EXIGÊNCIAS PARA HABILITAÇÃO

1. EXIGÊNCIAS PARA HABILITAÇÃO

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB, Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com, Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

1.1 Para se habilitar, as CONCORRENTES cujas Propostas Técnicas e de Preços tiverem sido classificadas deverão apresentar a Documentação na forma prevista neste Anexo, acondicionada no ENVELOPE N° 5;

2 DOCUMENTOS RELATIVOS À QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

2.1 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.

2.2 Atestados de capacidade técnica: apresentar 03 (três) atestados originais fornecidos por clientes (empresa pública ou privada), que comprovem o desempenho de atividade pertinente e compatível em características com o objeto desta licitação.

2.3 Comprovante de estabelecimento da licitante em qualquer município do Estado da Paraíba ou apresentação de Termo de Compromisso de implantação de escritório de representação nesta praça, até a data de formalização da contratação e para o período de vigência contratual, sendo que o estabelecimento deve possuir estrutura de atendimento compatível com o volume e a características dos serviços a serem prestados à Contratante.

2.4 Declaração Especial, conforme ANEXO 12;

2.5 Declaração da licitante de que tratará da questão dos Direitos Autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, conforme ANEXO 13.

3 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, acompanhado de prova de diretoria em exercício;

4 Documentos relativos à REGULARIDADE FISCAL

Rua: José Fortunato de Aquino, n°. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

- a) prova de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) ou no Cadastro Geral de Contribuintes (CGC);
- b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se houver 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 à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;
- e) prova de regularidade perante o Ministério do Trabalho

4.1 Tem os mesmos efeitos da certidão negativa, nos termos do artigo 206 do Código Tributário Nacional, a certidão em que conste a existência de créditos não vencidos, em curso de cobrança executiva em que tenha sido efetivada a penhora, ou cuja exigibilidade esteja suspensa.

4.2 Observe-se que, para a comprovação de regularidade perante a Fazenda Federal, poderá ser apresentada Certidão Conjunta, com base na Portaria Conjunta RFB/RFB n.º 2, de 31 de agosto de 2003. (Republicada por ter saído, no DOU n.º 169, de 10/09/2005, Seção 1, págs. 15, 16 e 17, com incorreção do Original).

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

5 Documentos relativos à QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

5.1 - Certidão negativa de falência ou concordata expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, ou de execução patrimonial, expedida no domicílio da pessoa física.

5.2 - Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, devidamente registrados na Junta Comercial de origem e que comprovem a boa situação financeira do licitante, conforme disposto no Anexo 2 - "Qualificação Econômico-Financeira". Fica vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados pelo IGM, "pro rata tempore", quando encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação da proposta apresentados na forma a seguir, conforme o caso:

a) Sociedades Empresárias à Apresentação de cópia dos termos de abertura e de encerramento do Livro Diário, autenticado pela Junta Comercial do domicílio ou sede do licitante.

b) Sociedade por Ações à Publicação no Diário Oficial da União ou do Estado ou do Distrito Federal, conforme o lugar em que esteja situada a sede do licitante, e em jornal de grande circulação, editado na localidade em que

Rua: José Fortunato de Aquino, n.º 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002

ESTADO DA PARAIBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

está situada a sede do licitante, conforme o caput do art. 289 e o parágrafo 5º da Lei nº 6.404/76 e comprovação de autenticação pelo Órgão do Registro do Comércio do domicílio ou sede do licitante;

c) Sociedades Simples e Acompanhado de cópia dos termos de abertura e de encerramento do Livro Diário, registrado no Cartório de Registro Civil das Pessoas Jurídicas.

d) Sociedades e Acompanhado de cópia dos termos de abertura e de encerramento do Livro Diário de cada empresa participante, autenticado pela Junta Comercial do domicílio ou sede do licitante.

5.3 - 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 líquidos relativos ao período de sua existência, obedecidos os aspectos legais e formais de sua elaboração, devidamente registrado na Junta Comercial.

ANEXO 5 - BRIEFING DO SERVIÇO PARA A LICITAÇÃO

1 - Um pouco da História:

A emancipação ocorreu no dia 29 de abril de 1994, sendo sua instalação no dia 1 de janeiro de 1997.

LOCALIZAÇÃO

O município faz parte da microrregião Cariri Oriental e abrange uma área de 219,800 Km², estando a 254 Km da capital, João Pessoa. Limita-se com os municípios de Cabaceiras ao norte, São João do Cariri a oeste, ao sul Carabas e Barra de São Miguel, este último também a leste. Localiza-se a uma altitude de 400m em relação ao nível do mar.

ACESSOS

Os acessos ao município são dados por meio de estradas carroçeis com pouca sinalização, seja via Cabaceiras a nordeste, São João do Cariri a noroeste ou via Carabas ao sul.

CLIMA

O clima é do tipo Tropical Chuvoso, com verão seco. A estação chuvosa se inicia em janeiro/fevereiro com término em setembro, podendo se adiantar até outubro. A temperatura média anual oscila em torno de 24,5°C, segundo dados da CPMM - Cia de Pesquisas de Recursos Minerais.

HIDROGRAFIA

O município de São Domingos do Cariri encontra-se inserido nos domínios da bacia hidrográfica do Rio Paraíba.

GEOLOGIA

O município de São Domingos do Cariri está inserido na unidade geomorfológica do Planalto da Borborém, formada por maciços e outeiros altos, com altitudes variando entre 400 a 1.000 metros. Ocupa uma área de arco que se estende do

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdeariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

sul de Alagoas até o Rio Grande do Norte. O relevo é geralmente movimentado, com vales profundos e estreitos dissecados.

Nas Superfícies suaves ocorrem os Planossolos, medianamente profundos, fortemente drenados, ácidos a moderadamente ácidos e fertilidade natural média e ainda os Podzólicos, que são profundos, textura argilosa, e fertilidade natural média a alta. Nas Elevações ocorrem os solos Litólicos, rasos, textura argilosa e fertilidade natural média. Nos Vales dos rios e riachos, ocorrem os Planossolos, medianamente profundos, imperfeitamente drenados, textura média/argilosa, moderadamente ácidos, facilidade natural alta e problemas de sais. Ocorrem ainda afloramentos de rochas. Em relação à fertilidade dos solos, esta é bastante variada, com certa predominância de média para alta, segundo dados da Cia de Pesquisas de Recursos Minerais.

VEGETAÇÃO

A vegetação desta unidade é formada por Florestas Subcaducifólia e Caducifólia, próprias das áreas agrestes - CPRM.

ASPECTOS ANTRÓPICOS

DENSIDADE DEMOGRÁFICA

Segundo o IBGE (2010), a população são-dominguense residente é de 2.420 habitantes, sendo 1208 mulheres e 1212 homens, com densidade demográfica de 21,05 hab/Km², assim distribuídas: na área urbana 1034 pessoas, já na área rural são 1.386, sendo mais representativa a faixa acima de 25 anos de idade, que possui 1.411 pessoas. Para o ano de 2012, a projeção é de 2.582 habitantes na cidade.

SAÚDE

De acordo com o IBGE, 2010, o município possui um estabelecimento público de saúde, o qual só atende serviços básicos.

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) é de 0,589, segundo dados do IBGE

EDUCAÇÃO

Segundo dados do IBGE, em 2018 foram realizadas 363 matrículas no ensino fundamental e 76 no ensino médio.

INFRA-ESTRUTURA VIÁRIA

Com cerca de 90% da malha viária urbana pavimentada com paralelepípedos graníticos, o município apresenta ruas e calçadas largas e bem planejadas, facilitando assim o bom fluxo de veículos e pedestres.

SANEAMENTO BÁSICO

DRENAGEM

Em São Domingos do Cariri, toda a drenagem de vias dá-se mediante sistema de drenagem superficial, uma vez que o município apresenta boa área de infiltração facilitando o escoamento de águas pluviais.

ABASTECIMENTO DE ÁGUA

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

A cidade possui abastecimento de água tratada regularizada e oferecida pela Companhia de Água e Esgotos da Paraíba - CAGEPA. A garantia do abastecimento é feita por técnico especializado de estatal, que gerencia o controle químico da água que, após ser filtrada em filtro de areia, recebe cloro para então ser bombeada para o reservatório elevado de 100m² que garante a regularização do abastecimento.

ESGOTAMENTO SANITÁRIO

Em São Domingos do Cariri, aproximadamente 85% das casas possuem rede coletora de esgotos que foi implantada e é gerenciada pela prefeitura. A cidade é dividida em três bacias distintas, as quais recebem os efluentes das residências e os convergem para as fossas coletivas e filtros anaeróbios. Os domicílios ainda não contemplados pela rede de esgoto fazem uso de fossas sépticas com sumidouro.

ECONOMIA

A economia da cidade é baseada na confecção de roupas. Na localidade, há diversas famílias que se dedicam a esta atividade em suas próprias residências, o material produzido é revendido para as grandes feiras da região. Há também algumas mini fábricas que comportam de 12 a 15 empregados

2 - Objetivos da Comunicação:

Elaboração do plano publicitário em parceria com a Unidade de Marketing e Comunicação (UMC), incluindo a concepção das mensagens e peças (criação), a produção interna e o estudo dos meios e veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de mídia); portanto deve-se levar em conta as diretrizes aqui imputadas para um melhor desenvolvimento da comunicação publicitária do Município de São Domingos do Cariri.

3- Estratégia de Ação:

Utilizar a ferramenta da Publicidade e Propaganda, como principal tática do UMC, no entanto buscando fortalecer a imagem da moralidade, legalidade, impessoabilidade e eficiência, bem como buscar a auto-estima de camarinense e o orgulho dos demais.

4- Público Alvo:

A campanha deve ser vista como disseminadora a todos os públicos acerca do assunto em questão.

5- Estratégia de Comunicação:

Criar uma campanha informativa/educativa no sentido de conscientizar a

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

população sobre o momento vivido pela administração, apresentar e prestar contas a população os principais projetos, obras e serviços, já em curso, além de deixar claro que a gestão atual é a que mais realizou, principalmente nos setores da Comunicação pública tornando assim, um Governo mais presente na vida do povo São Dominguenso, seja na sugestão, acompanhamento e reclamações construtivas.

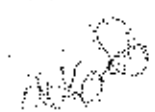
6 - Considerações Técnicas:

a) Os aspectos de marketing e comunicação, e seu delineamento, deverão ser levados em conta.

b) Todo o escopo de mídia deverá ter defendido técnicas sobre os meios e veículos utilizados.

7 - Verba Referencial:

O investimento total para esta campanha será de R\$ 160.000,00 (Cento e Sessenta Mil Reais), para veiculação, produção e criação de peças publicitárias.


 Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

ANEXO 7 - COMPROVANTE DE RETIRADA

Empresa:

CNPJ/CPF:

Endereço:

Cidade: Estado:

CEP: Telefone:

Exp: E:

Cap:

Nome (s)	do(s)	Representante(s)	Legal (s):
.....
.....

Receberam de observação, nessa data, cópia do Edital e ANEXOS referente à Licitação acima identificada.

Local e dia(s):

Assinatura(s) do(s) Representante(s):

Local (s):

Rua: José Fortunato de Aquino, n°. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB, Cep 58.485-000.E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

ANEXO 8 - MODELO DE CREDENCIAMENTO

À Contratante

REF.: EDITAL DE TOMADA DE PREÇO Nº 0002 / 2021

OUTORGANTE: (nome, endereço, razão social etc)

OUTORGADO: (nome e qualificação do representante)

OBJETO:

Representar a outorgante perante a Câmara Municipal de Campina Grande, no curso da Tomada de Preço nº 002/2021, que se realizará no dia 23 de março de 2021, na Rua José Fortunato de Aquino, 106 - Bairro Centro - São Domingos do Cariri, nas dependências da Prefeitura Municipal de São Domingos do Cariri.

PODERES:

Receber editais, apresentar documentação e proposta, participar de sessões públicas de habilitação e julgamento da documentação e das propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recursos, bem como assinar todos os quaisquer documentos fidei cumprimento do presente mandato.

LOCAL E DATA

ASSINATURA

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

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

ANEXO 9 - QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

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:

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
 PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
 COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo

LC =

Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

LC = Ativo Circulante

Passivo Circulante

SG = Ativo Total

Passivo Circulante + Exigível a longo prazo

Local e Data: _____

Assinatura do Responsável pela Contabilidade: _____

Nº do CRC: _____

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 e disponibilidades de caixa e créditos realizáveis, e as 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 de 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 prazos, 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

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002

ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

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 de 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 correspondam 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.

rele

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sidcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

ANEXO 10 - MODELO DE DECLARAÇÃO SOBRE O USO DE MÃO-DE-OBRA INFANTIL

DECLARAÇÃO SOBRE USO DE MÃO-DE-OBRA INFANTIL

A
Contratante

Ref: EDITAL DE TOMADA DE PREÇO N° 002/2021

Prezados Senhores,

A inscrita no CNPJ/ME n°
....., por intermédio do seu representante legal o(a)
Sr. (Sra) portador(a) do
Documento de Identidade n° e do CPF n°
....., DECLARA, para fins do disposto no inciso
V do art. 27 da Lei n° 8.566, de 21 de junho de 1993, acrescido pela Lei
n° 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não emprega menor de dezoito anos
em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis
anos.

() Ressalva: Emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz.

Local e Data

Assinatura(s) do(s) Representante(s) Legal(is)

(Observação: em caso afirmativa, assinalar a ressalva acima)

Rua: José Fortunato de Aquino, n° 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep
58.485-000.E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

ANEXO 11 - MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE E IMPEDITIVO DA HABILITAÇÃO

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE E IMPEDITIVO DA HABILITAÇÃO

A
Contratante

Ref: EDITAL DE TOMADA DE PREÇO N° 002/2021

Prozados Senhores;

A inscrita no CNPJ/ME nº por intermédio de seu representante legal Sr. (Sra) portador(a) do Documento de Identidade nº e do CPF nº DECLARA, sob as penalidades da Lei, estar ciente da obrigatoriedade de informar a superveniência, se houver, de algum fato impeditivo da manutenção das condições de habilitação.

A presente declaração é feita sob as penas da lei.

Local e Data

Assinatura(s) do(s) Representante(s) Legal(is)

Rua: José Fortunato de Aquino, nº, 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002

ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

ANEXO 12 - DECLARAÇÃO ESPECIAL

São Domingos do Cariri, de de 2021.

À
Contratante

Prozações Senhores,

A empresa _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por meio de seu representante legal, senhor (a) _____, portador(a) da Cédula de Identidade nº _____, expedida pelo _____, inscrito no CPF sob o nº _____, **DECLARA**, sob as penalidades da Lei, para fins de licitação, **TOMADA DE PREÇO** nº _____:

- a) que recebeu e estudou todos os documentos inerentes à presente competição e tomou 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.

Atenciosamente,

(Assinatura do representante legal da empresa)

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002

ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

ANEXO 13 - DECLARAÇÃO DE TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS

São Domingos do Cariri, de de 2021.

A

Contratante.

Prezados Senhores,

A empresa _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por meio de seu representante legal, senhor (a) _____, portador(a) da Cédula de Identidade nº _____, expedida pelo _____, inscrito no CPF sob o nº _____, na relação a questão dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, declara que:

a) para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, escrita sonora original, artefinalização e assemelhados) ou conexos, a inteira e exclusiva responsabilidade (por si ou por terceiros), garantimos à Contratante a cessão total dos direitos de uso, por tempo ilimitado (inclusive diante da possibilidade de reclamações futuras, nos termos da Lei 9.610/98;

b) para os direitos de imagem (atores e modelos) e para os direitos de uso de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de utilização do material, pela Contratante, com a definição de percentual do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso;

c) adotaremos o compromisso 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, inclusive nesses orçamentos;

d) o compromisso de que em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros - solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a entidade escolha uma das opções;

e) que nos casos de cessão de direitos por tempo limitado, condicionará a contratação de serviços aos terceiros pelo período indicado pela Contratante, e que utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão;

f) o compromisso, quando a entidade optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, de fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços.

Atenciosamente,

(Assinatura do representante legal da empresa)

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

ANEXO 14 - MINUTA DO CONTRATO

CONTRATO N.º [...] -, QUE ENTRE SI
CELEBRAM A PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO
DOMINGOS DO CARIRI GRANDE A
_____, NA FORMA A
SEGUIR.

A Prefeitura Municipal de São Domingos do Cariri, na rua José Fortunato de Aquino, 136, Centro, inscrita no CNPJ/ME sob o nº 01612658/0001-50, doravante denominada **CONTRATANTE**, neste ato representada pelo seu Prefeito, Sr. José Ferreira da Silva, nacionalidade, estado civil, profissão, residente e domiciliado à _____, portador da cédula de identidade nº _____, inscrito no CPF/ME sob nº _____, e _____, com sede na Cidade Campina Grande, Estado _____, na Rua _____, _____, inscrita no CNPJ/ME sob o nº _____, neste ato representada pelo(s) seu(s) _____, doravante denominado **CONTRATADO** têm entre si ajustado o presente Contrato proveniente da TOMADA DE PREÇO n.º 002/2014, fundamentado nas Leis Federais n.º 12.232 e 8.666 de 21 de junho de 1993, e demais normas correlatas, aplicáveis aos casos omissos, e mediante as seguintes cláusulas e condições:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DAS DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1. Este Contrato está vinculado à Licitação na modalidade TOMADA DE PREÇO, nos termos e condições do Edital de TOMADA DE PREÇO N.º 002/2014, do tipo "melhor técnica". O resultado foi homologado pelo Diretor Presidente da CPL e adjudicado ao licitante vencedor em [...], conforme consta do Processo Administrativo acima mencionado.

CLÁUSULA SEGUNDA - DO OBJETO

2.1. O objeto deste contrato consiste na contratação, através de licitação, na modalidade "Tomada de Preço", tipo "Melhor Técnica e Melhor Preço", de agência de publicidade para a realização de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, compra de mídia e distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir idéias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral; bem como, o planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato, a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos, em consonância com as novas tecnologias, e a produção e execução técnica das peças ou material criados pela contratada.

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

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

2.3 - Os contratos de serviços de publicidade, assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas terão por objeto somente as atividades previstas no objeto, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

2.4 - É vedada a subcontratação de outra agência de propaganda para a execução dos serviços compreendidos no objeto deste Edital.

CLAUSULA TERCEIRA - DO VALOR DO CONTRATO E DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1. O valor do presente contrato é R\$ 160.000,00 (Cento e Sessenta Mil Reais), sendo este 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 ou qualquer valor mínimo.

3.2. Os recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2019 estão consignados na dotação orçamentária da Prefeitura Municipal de São Domingos do Cariri.

3.3. Se a Prefeitura Municipal de São Domingos do Cariri optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, consignará nos próximos exercícios de seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

3.4 A Prefeitura Municipal de São Domingos do Cariri se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade das verbas previstas.

CLÁUSULA QUARTA - DO PREÇO E 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

Rua: José Fortunato de Aquino, n.º. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB, Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002

ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

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, publicações e demais serviços, incluindo áudio e vídeo.

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 Ultrapassado o prazo de 90 (noventa) dias da prestação dos serviços, não serão aceitas pela Contratante a cobrança de qualquer valor, que por erro ou omissão da CONTRATADA, não tenha ocorrido a emissão da Nota Fiscal, quando da prestação dos serviços, independente de eventuais ônus da empresa adjudicada para com terceiros.

4.7 - 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 cobrança a cargo da empresa independente.

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

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep: 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002

ESTADO DA PARAÍSA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

4.8. Além da remuneração prevista, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 12 da Lei n.º 4.689/1965.

4.9 O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei n.º 12.232/2010.

CLÁUSULA QUINTA - DO REAJUSTAMENTO DOS PREÇOS.

5.1.1. Os preços contratados, em moeda corrente brasileira, serão fixos e irrevogáveis.

5.1.2. Após o período de 12 (doze) meses, os preços poderão ser reajustados pela tabela vigente da SINAPRO/PB, caso esta tenha sido reajustada 5.1.3. Fica suspensa a aplicação de reajustamento enquanto vigor vedação por legislação federal.

5.1.3.1. Caso a Legislação Federal determine novos parâmetros para os reajustamentos contratuais, com periodicidade inferior a 12 (doze) anos, será firmado Termo de Aditamento ou mediante simples apostilamento, no sentido de se adequar às novas normas ressalvado o equilíbrio econômico-financeiro do mesmo, e, na moeda vigente na época.

5.1.4. O reajuste do preço dar-se-á após parecer jurídico e decisão fundamentada de Administração e se materializará mediante aditivo contratual ou simples apostilamento.

CLÁUSULA SEXTA - DA VIGÊNCIA

6.1. O prazo de vigência do contrato é de 12 (doze) meses ou iniciará a partir da data de assinatura do contrato, e poderá ser prorrogado sucessivamente até o limite de 60 (sessenta) meses.

6.2. O Contrato poderá ainda ser seu prazo prorrogado, bem como sofrer alterações nas hipóteses previstas nos Artigos 57 e 65 da Lei n.º 8.666/93.

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

CLÁUSULA SÉTIMA - DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATADO

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

7.1.2 Presenciar 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.

Rua: José Fortunato de Aquino, n.º 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sucariri@gmail.com. Tel 3357-1002

ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

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 Todas as contratações de suprimentos deverão ser autorizadas pela Contratante, através de Autorização de Fornecimento.

7.1.3.2 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 A empresa licitante vencedora responderá 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 Na hipótese de CONTRATADO violar direitos do autor e os direitos que lhe são conexos previstos na legislação específica, no ato da cessão dos referidos direitos à Contratante, será a mesma responsável pelos danos causados, além de outras cominações legais;

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 Ao vencedor da licitação, fica expressamente proibida a negociação de faturas ou títulos de crédito com instituições financeiras.

7.1.13 Possuir sistema de informática compatível com o da Contratante (Windows _____), para recebimento dos arquivos via "e-mail" dos mais diversos formatos para o ambiente Contratante e opção de visualização dos trabalhos convencionais para o ambiente INTERNET.

7.1.14 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;

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

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cap
58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002

ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

7.1.16 Solucionar todos os eventuais problemas pertinentes ou relacionados com a execução do objeto da licitação, mesmo que para isso outra solução não prevista neste Edital tenha que ser apresentada para aprovação e implementação, sem ônus adicionais para a Contratante, desde que de responsabilidade da CONTRATADA;

7.1.17 Formalizar a cessão dos direitos de propriedade e de utilização dos materiais obtidos durante a prestação de serviços e dos produtos finais que foram gerados;

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

7.1.19 - Não sobrepor os planos de incentivo aos interesses do anunciante, preferindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação de escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

7.1.20 - A contratada só poderá reservar e comprar espaço e/ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta do respectivo anunciante, se previamente os identificar e tiver sido por ele expressamente autorizada.

7.1.21 - Para o fornecimento de bens ou serviços especializados, exceto no que tange à compra de mídia, a contratada observará as seguintes condições:

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 atuam no mercado de ramo do fornecimento pretendido;

c) exigir do fornecedor que constem na 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.

7.1.22 - A contratada deverá, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos.

CLÁUSULA OITAVA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

8.1 Proceder a mais ampla fiscalização sobre a fiel entrega e execução dos serviços objeto desta licitação, sem prejuízo da responsabilidade da CONTRATADA;

8.2. Prestar toda a orientação e informação necessária requerida pela empresa licitante vencedora para melhor desempenho do objeto deste Edital;

8.3 Avaliar a qualidade da execução dos serviços, podendo rejeitá-los no todo ou em parte;

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

8.4. Exigir o cumprimento de todos os itens deste Edital, segundo suas especificações;

8.5 - Divulgar no site do anunciante 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.

8.6 - Avaliar semestralmente os serviços prestados pela contratada:

8.6.1 - A avaliação semestral será efetuada com base em questionário a ser preenchido pelo dirigente de unidade administrativa que tenha a atribuição de gerir as atividades de comunicação social do anunciante ou por seu subordinado especializado na gestão publicitária, caso em que será obrigatória a concordância do titular da unidade com a avaliação, mediante sua assinatura no questionário.

8.6.2 - É recomendável que os servidores que mantiverem relacionamento com a contratada avaliada sejam ouvidos formalmente antes do preenchimento do questionário.

8.6.3 - Cópia do questionário de avaliação de desempenho será encaminhada ao gestor ou fiscal do contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

8.6.4 - A avaliação referida nesta cláusula deverá ser considerada pelo anunciante para:

- I - apurar a necessidade de solicitar, da contratada, correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados;
- II - decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual;
- III - fornecer, quando solicitada pela contratada, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

CLÁUSULA NONA - DAS PENALIDADES

9.1. Pela inexecução parcial ou total deste contrato, a CONTRATANTE poderá, garantidos o contraditório e a ampla defesa, aplicar ao CONTRATADO as seguintes sanções:

- a) advertência;
- b) suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Contratante pelo prazo não superior a 02 (dois) anos;
- c) multa;
- d) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição, ou até que seja promovida a sua reabilitação perante a Contratante;

9.2. Ressalvada a hipótese de força maior ou caso fortuito, a multa da cláusula 9.1(c) será imposta nos casos de inexecução parcial ou total do objeto licitado, e será calculada, progressivamente, por cada dia de inadimplemento, no forma abaixo:

- a) 0,5% (cinco décimos por cento) ao dia, incidente sobre o valor da obrigação inadimplida, até o quinto dia corrido;

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep: 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

b) 0,7% (sete décimos por cento) ao dia, incidente sobre o valor da obrigação inadimplida, do sexto até o décimo dia;

c) 1,0% (um por cento) ao dia, incidente sobre o valor da obrigação inadimplida, a partir do décimo primeiro dia contado, limitada o percentual total da multa a 20% (vinte por cento) sobre o valor do contrato.

9.3. O CONTRATADO deverá comunicar à CONTRATANTE os fatos de força maior ou caso fortuito, dentro do prazo de 02 (dois) dias de sua verificação, instruída o comunicado com os documentos necessários à respectiva comprovação. A CONTRATANTE, no prazo máximo de até 10 (dez) dias, contados do recebimento dos documentos de comprovação, deverá aceitar ou recusar os motivos alegados, dando, por escrito, as razões de sua eventual aceitação ou recusa.

9.4. As sanções estabelecidas na cláusula 8.1. (a) a (d) não excluem o direito da CONTRATANTE de rescindir unilateralmente este Contrato, nos casos e formas previstos em lei, nem o direito aplicar outras penalidades e multas previstas no edital e seus anexos.

9.5. Nenhum pagamento será efetuado ao CONTRATADO enquanto este deixar de receber, dentro do prazo estabelecido, qualquer multa que lhe for imposta.

9.6. O CONTRATADO está sujeito, ainda, às demais disposições previstas nos artigos 81 a 108 da Lei 8.666/93.

9.7. Em notificação escrita e sem prejuízo da faculdade de rescindir o Contrato, poderá a CONTRATANTE aplicar ao CONTRATADO multa compensatória de 100% (cem por cento) do valor do débito eventualmente atribuído a Contratante, em razão do inadimplemento de obrigações trabalhistas, previdenciárias, tributárias ou outras decorrentes do CONTRATADO.

9.7.1 O pagamento da referida multa não eximirá o CONTRATADO da obrigação de restituir a Contratante o valor que a ela for imposto por força de eventual condenação solidária proferida pelo poder Judiciário ou pelas Instâncias Administrativas competentes.

9.8. As multas a que porventura o CONTRATADO der causa serão descontadas de qualquer documento de cobrança já em processamento no órgão pagador da CONTRATANTE e dos que se seguirem, se for o caso, reservando-se a Contratante o direito de utilizar, se necessário, outro meio adequado à liquidação do débito.

CLÁUSULA DÉCIMA - GARANTIA DE CUMPRIMENTO DAS OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS E SEGUROS

10.1 - CADA CONTRATADA entregará ao CONTRATANTE comprovante de garantia, na modalidade caução em dinheiro 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.

10.1.1 - O comprovante de garantia deverá ser entregue, no endereço da CONTRATANTE, bem como deverá ser entregue cópia do supracitada comprovante no momento da assinatura do contrato.

10.2 - A garantia responderá pelo fiel cumprimento das disposições do contrato, ficando a CONTRATANTE autorizada a executá-la para cobrir multas,

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

indenizações ou pagamento de qualquer obrigação, inclusive em caso de rescisão.

10.3 - Utilizada a garantia, a CONTRATADA obriga-se a integralizá-la no prazo de 5 (cinco) dias úteis contados da data em que for notificada formalmente pelo CONTRATANTE.

10.4 - O valor da garantia somente será liberado à CONTRATADA quando do término ou rescisão do contrato, desde que não possua dívida inadimplida com o CONTRATANTE e mediante expressa autorização deste.

10.5 - A garantia e ser apresentada responderá pelo cumprimento das obrigações da CONTRATADA eventualmente inadimplidas na vigência deste Contrato e de garantia, e não serão aceitas se o garantidor limitar o exercício do direito de execução ou cobrança no prazo de vigência da garantia.

10.6 - No 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.

10.7 - Em caso de fiança bancária, deverão constar no instrumento, não sendo aceito pelo CONTRATANTE fiança bancária que não atenda aos seguintes requisitos:

- a) prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato;
- b) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário e principal pagador, fará o pagamento ao CONTRATANTE, dos prejuízos por este sofridos em razão de descumprimento das obrigações da CONTRATADA, independentemente de interposição judicial;
- c) expressa renúncia do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos artigos 827 e 838 do Código Civil;
- d) cláusula que assegure a atualização do valor afiançado.

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

- a) o CONTRATANTE como beneficiário;
- b) que o seguro garante o fiel cumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA neste contrato, inclusive as de natureza trabalhista e/ou previdenciária, até o valor da garantia fixado na apólice.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA- DA INEXECUÇÃO E DA RESCISÃO

11.1 A inexecução total ou parcial do Contrato pelo CONTRATADO ensejará sua rescisão pelo CONTRATANTE, com as consequências previstas neste Contrato e na legislação que rege Administração Pública e seus contratos.

11.2. Considera-se em mora o CONTRATADO, pelo simples descumprimento das obrigações assumidas neste contrato, independentemente de qualquer interposição judicial ou extrajudicial.

11.3. Também constitui motivo para a rescisão deste Contrato, a ocorrência de quaisquer das causas previstas no Artigo 78, incisos I a XVIII, da Lei n.º 8.662/93.

11.4. Este contrato poderá ser rescindido:

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

a) por ato unilateral da Administração nos casos dos Incisos I a XII e XVII do art. 78 da

Lei n.º 8.666, de 21 de junho de 1993;

b) amigavelmente, por acordo entre as partes, reduzido a termo no processo de licitação, desde que haja conveniência para a Administração; e

c) judicialmente, nos termos da legislação.

11.4.1. A rescisão deste contrato implicará retenção de créditos decorrentes da contratação, até o limite dos prejuízos causados à CONTRATANTE, bem como na assunção dos serviços pela CONTRATANTE na forma que a mesma determinar.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DOS SERVIÇOS

12.1 A CONTRATANTE exercerá a ampla, irrestrita e permanente fiscalização relativamente ao objeto deste contrato, obrigando-se a Contratante a facilitar o pleno desempenho das atribuições dos técnicos do CONTRATADO, nos termos do art. 57 da Lei n.º 8.666/93 e suas alterações.

12.2 O Gestor do Contrato e respectivos fiscais serão designados por meio de documento específico emitido pela Contratante.

12.3 A FISCALIZAÇÃO terá os mais amplos poderes, especificados no CONTRATO e em especial para:

a) Dirigir dúvidas encontradas em procedimentos ou especificações.

b) Solicitar do CONTRATADO todas as informações e esclarecimentos necessários ao perfeito conhecimento, monitoramento, supervisão e controle dos SERVIÇOS.

c) Promover a efetivação de modificações ou alterações propostas pelo CONTRATADO e aceitas pela CONTRATANTE.

d) Ordenar, correndo por conta exclusiva do CONTRATADO quaisquer das trabalhistas ou outras despesas, a imediata substituição do empregado do CONTRATADO que embarazar ou dificultar sua ação fiscalizadora, ou cuja habilitação e experiência profissional julgar inadequadas para o exercício da função ou que execute serviço que a fiscalização repete de rendimento e qualidade não satisfatórios, ou cuja permanência na obra, a exclusivo critério da fiscalização, for inconveniente.

e) Recusar serviço que não tenha sido executado de acordo com os procedimentos e/ou especificações.

f) Sustar, desde que lhe venha ao conhecimento e esteja dentro de sua competência, qualquer serviço executado em desacordo com os procedimentos estabelecidos, especificações ou com a boa técnica, ou ainda que atente contra a segurança do pessoal ou bens da CONTRATANTE e/ou de terceiros.

g) Exigir a retirada de materiais recusados, podendo a CONTRATANTE proceder a esta remoção à custa do CONTRATADO.

h) Determinar a prioridade de serviços e controle das suas condições de execução e solucionar quaisquer casos decorrentes a esses mesmos assuntos.

i) Autorizar a retirada de máquinas, equipamentos e materiais do CONTRATADO, desde que essa medida não acarrete prejuízo ao bom andamento dos serviços.

j) Verificar o tempo despendido pelo pessoal e equipamentos na execução dos serviços e exigir do CONTRATADO a exibição de todos os documentos, dados e

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

registros que julgar necessários, bem como as informações completas relativas ao assunto.

1) Ordenar que sejam refeitos os serviços executados, se suspeitar da existência de vícios ocultos, concesso por conta do CONTRATADO os custos da recomposição, caso os defeitos sejam comprovados.

12.4 A ação ou omissão, total ou parcial, da fiscalização não exime o CONTRATADO de total responsabilidade pela execução dos SERVIÇOS CONTRATADOS.

12.5 No caso de inobservância, pelo CONTRATADO, das exigências da FISCALIZAÇÃO, terá esta, além do direito de aplicação das sanções previstas no CONTRATO, também o de suspender a execução dos serviços contratados e reter o pagamento de quaisquer documentos de cobrança.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DA RESPONSABILIDADE CIVIL

13.1 Qualquer dano físico ou material ocasionado a terceiros, por ocasião da execução dos serviços, objeto deste instrumento, é de inteira responsabilidade do CONTRATADO, nos termos do Novo Código Civil.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

14.1. O presente Contrato obriga as partes contratantes e os seus sucessores. Não pode ser subcontratado nem cedido, total ou parcialmente, salvo quando expressamente autorizado pela CONTRATANTE.

14.2. A Contratante poderá, em respeito aos interesses da Administração, emitir ordens de serviços parciais determinando a quantidade de profissionais a serem alocados, motivo pelo qual se obrigará a pagar somente pelos serviços efetivamente prestados.

14.3. O CONTRATADO fica obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, limitados a até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do Contrato. Em caso de supressão acima dos limites ora estabelecidos, somente poderá ser efetivada mediante acordo entre as partes contratantes.

14.4. Integram este Contrato:

a) Edital de Tomada de preço n.º 002/2019

CONTRATANTE, com todos os seus anexos, independente de transcrição;

b) Descrição do objeto;

c) Proposta do CONTRATADO, datada de [...];

d) Relatório de Análise de Propostas, de [...].

e) Termo de Garantia das Obrigações Contratuais.

14.5. Aplicar-se-ão à execução deste Contrato, inclusive quando aos casos omissos, os princípios constitucionais que regem a Administração Pública, as regras consagradas na Lei 8.666/93 e, supletivamente, os princípios da teoria geral dos Contratos e as disposições de direito privado.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - FORO

Rua: José Fortunato de Aquino, n.º 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



ESTADO DA PARAÍBA
 PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
 COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

15.1 - As partes elegem o foro de Comarca de Cabaceiras, Estado da Paraíba, como o único foro competente para dirimir quaisquer dúvidas ou questões relativas ao presente **CONTRATO**, com exclusão de qualquer outro por mais privilegiado que se apresente.

E assim, por estarem justas e Contratadas, as partes assinam este contrato, em 02 (duas) vias de igual teor e forma, juntamente com as testemunhas abaixo:

São Domingos do Cariri, 23 de Fevereiro de 2021

Pela Contratante:

Pelo CONTRATADO:

 Representante
 Cargo

 Representante
 Cargo

TESTEMUNHAS:

 CPF:

 CPF:

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep
 58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002

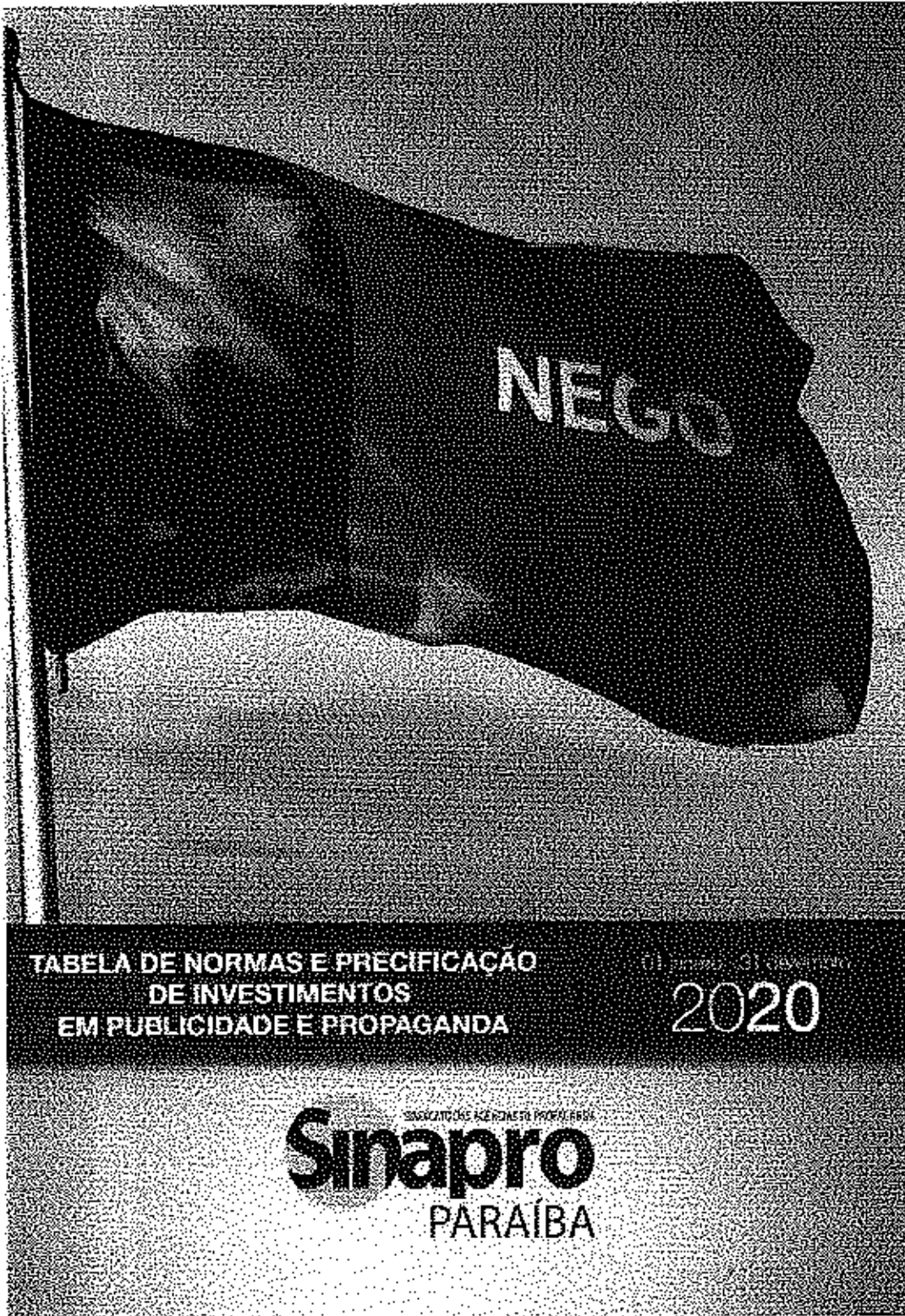


ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO DOMINGOS DO CARIRI
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

ANEXO 15 - TABELA DA SINAPRO

NEO

Rua: José Fortunato de Aquino, nº. 106 Centro-São Domingos do Cariri-PB. Cep
58.485-000. E-mail: sdcariri@gmail.com. Tel 3357-1002



Sumário

- Sobre a Indústria da Publicidade e Propaganda
- Sobre o investimento
- Criação de campanha (tema/conceito)
- Custos externos
- Reembolso de despesas
- Permuta
- Projetos especiais, eventos, apoios e patrocínios
- Procedimentos éticos
- Lei nº 12.232
- Licitações e Pregão na Publicidade (FENAPRO)
- Sugestão de briefing
- Sugestão de contrato
- Termos comuns em Publicidade e Propaganda
- Valores de investimento mínimo para reembolso de custos internos de serviços próprios de agências de publicidade e propaganda recomendados pelo SINAPRO/PB 05/10/2017 a 05/10/2018



Handwritten signature or initials

SOBRE A INDÚSTRIA DA PUBLICIDADE E PROPAGANDA

A Indústria da Comunicação, da Publicidade e Propaganda Brasileira e Parahibana, orientada pelo trabalho realizado pela FENAPRO (Federação Nacional das Agências de Propaganda) e seus Sindicatos filiados - a exemplo do SINAPRO/PB - e pelas demais entidades do setor, como: ABAP (Associação Brasileira de Agências de Publicidade), ALAP (Associação Latino Americana de Agências de Publicidade), Conselho Nacional de Propaganda, Associação Brasileira de Propaganda (ABP), Conselho Nacional de Auto Regulamentação Publicitária (CONAR) e o Conselho Executivo das Normas Padrão (CENP), apresentam referência de VALORES DE INVESTIMENTO MÍNIMO PARA REEMBOLSO DE CUSTOS INTERNOS DE SERVIÇOS PRÓPRIOS DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA RECOMENDADO PELO SINAPRO/PB 2015.

O trabalho desenvolvido por estas entidades tem como objetivo acompanhar o processo de evolução da atividade publicitária, atualizando e integrando as metas e interesses do mercado e atendendo, deste modo, às expectativas de agências, clientes/anunciantes e fornecedores da Indústria da Comunicação, como: TV, Rádio, Jornais, Revistas, Portais, Produtoras de áudio e vídeo, Outdoor, Mídia exterior, Gráficas, meios alternativos, redes sociais, Institutos de pesquisas e outros.

Os critérios gerais seguem rigorosamente as Normas Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, bem como a Legislação da Indústria da Publicidade e Propaganda, particularmente a Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e os Decretos nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, e nº 2.262, de 26 de junho de 1997, Lei de Licitação 12.232, de 29 de abril de 2010. - Normas Gerais Sobre Serviços de Licitações e Contratações de Serviços de Publicidade.

O Decreto nº 4.563/02, de 31 de dezembro de 2002, que incorpora ao sistema NP que estabelecem como devem ser as relações entre os anunciantes e as agências de publicidade e que, foram a base para a elaboração desta Recomendação de Investimentos.

Toda agência habilitada e certificada pelo CENP deve estar capacitada a prestar a seu cliente os seguintes serviços, além de outros que constituam seu desdobramento natural ou que lhes sejam complementares, agindo por conta e ordem do cliente/anunciante:

- Estudo do conceito, ideia, marca, produto ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas aos seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e à sua concorrência;
- Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontra melhor possibilidade de assimilação;
- Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes;
- Exame do sistema de distribuição e comercialização, incluindo a identificação e análise das suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas ao mercado e à concorrência;
- Elaboração do plano de comunicação publicitário incluindo a concepção das

mensagens e peças (criação) e o estudo dos meios e veículos que, as técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e mercados objetivados (planejamento e estratégia de mídia);

• Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e realização de publicitárias (produção), aquisição, distribuição e controle da publicidade. Veículos contratados (execução de mídia), e o acompanhamento das fatu

A agência deve dedicar seu melhor esforço e trabalhar em estreita colaboração e cliente, de modo a assegurar que o plano publicitário alcance os objetivos prete e que o anunciante obtenha o melhor retorno do seu investimento em publicidade sob a forma de resultados imediatamente quantificáveis, seja pela agregação c de valor à sua marca, conceito ou ideia.

• A contratação da agência pelo anunciante deve respaldar-se preferência em documento escrito, no qual deverá constar o prazo da prestação de se os ajustes que as partes fizerem complementando e/ou detalhando disp das Normas-Padrão. O prazo poderá ser indeterminado, mas o seu t deverá ser precedido de aviso dado pela parte interessada à outra cõ menos, 60 (sessenta) dias de antecedência. Na vigência da relação contr agência abster-se-á de colaborar com empresas, instituições, conceitos, marcas, produtos ou serviços que concorram diretamente com o cli este, reciprocamente, abster-se-á de utilizar os serviços de outras agenci a difusão dos mesmos conceitos, ideias, marcas, produtos ou serviço convenção em contrário.

Salvo prévia e expressa estipulação em contrário, a agência deverá absorver dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, audit circulação e controle de mídia disponíveis no mercado, necessários à prestaç serviços de controle e da verba do anunciante.

Nas transações entre anunciantes e agências, tendo por objeto a parcela neg do desconto padrão de agência, adotar-se-á, como referência de melhor prá parâmetros instituídos pelo item 4.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicit estabelece um sistema progressivo de serviços/benefícios, conforme descrito ab

INVESTIMENTO EM MÍDIA
INVESTIMENTO EM MÍDIA
INVESTIMENTO EM MÍDIA

até R\$ 2.500.000,00

de R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00

de R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00

de R\$ 25.000.000,00 em diante

INVESTIMENTO EM MÍDIA
INVESTIMENTO EM MÍDIA
INVESTIMENTO EM MÍDIA

até R\$ 2.500.000,00

até R\$ 2.500.000,00

até R\$ 7.500.000,00

até R\$ 25.000.000,00

Os custos dos serviços internos, entendidos como aqueles executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria agência, serão calculados com base em parâmetros referenciais estabelecidos pelo Sindicato da Base Territorial onde a agência estiver localizada e não serão acrescidos de honorários nem de quaisquer encargos.

Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela agência ou indicados pelo anunciante. O cliente deverá pagar à agência honorários de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer fornecedores.

Quando a responsabilidade da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo o anunciante pagará à agência honorários de, no mínimo, 10% (dez por cento).

Como estímulo e incentivo à criatividade, presume-se que as ideias, peças, planos e campanhas de publicidade desenvolvidas pertencem à agência que os criou, observada a legislação sobre o direito autoral.

Ao modificar ou cancelar serviços internos já aprovados, executados ou em execução, o cliente deverá pagar à agência o custo desses serviços. A modificação ou o cancelamento de serviços ou suprimentos externos observará as condições por tanto estabelecidas pelo fornecedor ou veículo, e obrigará o cliente tanto ao pagamento dos custos já efetivados, como ao ressarcimento das obrigações inatratáveis.

Constitui prática desleal a apresentação, pela agência, de trabalhos de qualquer natureza em caráter especulativo a cliente de outra agência, a não ser quando expressamente solicitada pelo anunciante em concorrência para escolha de agência.

Como alternativa à remuneração através do desconto padrão de agência, é facultada a contratação de serviços de agência de publicidade mediante fees ou honorários de valor fixo, a serem ajustados por escrito entre anunciante e agência, respeitando o disposto no item 2.9 das Normas-Padrão.

O fee poderá ser acumulativo ou alternativo à remuneração de agência decorrente da veiculação (desconto de agência) de produção externa, de produção interna e de outros trabalhos eventuais e excepcionais, através de profissionais ou empresas especializadas tais como, serviços de relações públicas, assessoria de imprensa, promoção, mídia, marketing de guerrilha, etc.

Em qualquer situação ou modalidade de aplicação do fee, a agência deverá ser remunerada em valor igual ou aproximado ao que ela receberia caso fosse remunerada na forma do item 2.5.1 das Normas-Padrão, sempre de comum acordo entre as partes, contanto que os serviços contratados por esse sistema sejam os abrangidos no item 3.1 e preservados os princípios definidos nos itens 2.7, 2.8, 2.9 e 3.4 das Normas-Padrão.

Para adequação dos valores de remuneração de agência através de fee, como forma evitar a transferência ou concessão de benefícios ao cliente/anunciante pela a contraindo as Normas-Padrão, bem como as normas legais aplicáveis à a recomendando-se a revisão, a cada 05 (seis) meses, dos valores efetivamente aplicados cliente/anunciante em publicidade, em comparação aos valores orçados inicialmente (budgets de publicidade) e que tenham servido como parâmetro para a fixação valores do fee.

Nas contratações com o setor público, os anunciantes de cada poder e administrativa serão considerados como departamentos de um só anunciante efeito de aplicação dos dispositivos econômicos destas Normas-Padrão, ainda contratos sejam celebrados separadamente com cada órgão, autarquia, ou fundação, sociedade de economia mista ou outro tipo de entidade governa. Consideram-se esferas administrativas distintas o Município, o Estado e a União.

SOBRE O INVESTIMENTO

A determinação de custos dos serviços internos das peças criadas pela agência a como ponto de partida o fato de que sua remuneração corresponde à somatória seguintes itens:

- Entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos própria agência e constantes nessa referência + Custos dos serviços interno desconto padrão de agência + honorários sobre o valor dos serviços de veiculação
- Quando as peças publicitárias criadas e/ou finalizadas não g remunerações à agência, seja a do desconto de agência e/ou honorários de 15% sobre serviço de terceiros, ficando assim, a remuneração da a restrita, unicamente, aos seus custos internos, deverá esta cobrar um acréscimo de 100% sobre os valores constantes na recomendação. Sem a dos demais ressarcimentos e/ou remuneração previstos contratual estabelecidas pelo CENIP ou possíveis de serem reivindicados, a agência

- Os custos dos serviços internos, aqueles executados pelo pessoal e/ou os recursos da própria agência, e constantes na referência, estão divididos em três colunas, que representam as fases de trabalho necessárias para a conclusão da peça publicitária. Segue abaixo um descritivo de cada uma destas

- Criação: custo diferenciado para cada tipo de peça, referente ao ser síntese da estratégia de comunicação publicitária, proposta pela agência, solução do problema específico de comunicação descrito em briefing, e a sob forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplo e que a corrobore objetivamente, sendo apresentada sob forma de textos e ou storyboard/layout quando para mídia eletrônica, e em forma de

e layout para a mídia impressa, gráfica e outros.

- Finalização: custo diferenciado para cada tipo de peça, referente à finalização da peça publicitária, seguindo as orientações do layout. Nesta fase do trabalho, serão agrupados em um único documento, seguindo as normas gráficas, todos os elementos que compõem a peça publicitária, tais como fotografias, ilustrações, textos, títulos, logomarcas e qualquer outro elemento gráfico para que, depois de devidamente revisado e aprovado pelo cliente, possa ser enviado para o fornecedor ou veículo.

- Editoração Eletrônica para Finalização: custos referentes a uma série de outros serviços necessários à produção das peças publicitárias e ao seu fluxo na área gráfica, tendo como objetivos garantir a melhor qualidade de impressão, a segurança e integridade das informações e a portabilidade dos arquivos referentes às peças publicitárias.

Podemos determinar que os serviços mínimos necessários e indispensáveis para a conclusão de uma peça publicitária estão divididos nas seguintes etapas: tratamento de imagens em que serão executados os serviços de retoque, recorte, fusão e correções de cores das imagens; fechamento de arquivos, realizado depois que a peça é finalizada e o tratamento de imagem já foi concluído; torna-se necessário para portabilidade que a peça finalizada seja transformada em um arquivo PDF-X 1a, que é o formato homologado internacionalmente, ideal para a reprodução gráfica.

Ainda serão necessárias outras etapas, como: impressão em papel (print) da peça gráfica para que seja feita a revisão de textos e de seus elementos gráficos; envio de e-mail aos jornais e editores dos arquivos referentes aos anúncios, o que obriga as agências a enviá-los por e-mail e checar o recebimento dos mesmos, via e-mail e ou por telefone; gravação de CD ou DVD na impossibilidade do arquivo ser enviado por e-mail, será enviado através de CD ou DVD; e backup do arquivo também deverá ser gravado em CD ou DVD com a finalidade de segurança.

Com base nestes três centros de custos, poderemos determinar os custos internos por peças publicitárias. Como exemplo, vamos compor os custos de anúncio de jornal de 1/2 página. É razoável pensar que um anúncio de jornal de meia página tenha, minimamente, as seguintes características gráficas: uma foto, grafismo, ilustrações, texto, título e logomarcas; sendo, assim, sua composição de custo será:

CAIXAÇÃO	RS 987,00
FINALIZAÇÃO	RS 395,00
EDITORACÃO ELETRÔNICA	
Retoque de imagem	RS 70,00
Recorte de imagem	RS 40,00
Correções ou alterações de cores	RS 81,00
Print formatado para revisão	RS 12,00
Fechamento de arquivo PDF ou PSD	RS 35,00 / 77,2 cm²
Print por e-mail do arquivo	RS 25,00 / 77,2 cm²
Gravação de CD ou DVD (Backup)	RS 19,00
TOTAL	RS 664,00

Como a formatação discriminada dos custos internos das peças publicitárias é orçamentos longos e repetitivos, uma vez que os itens mínimos necessários à etapa de cada peça são basicamente os mesmos, estamos utilizando, nesta nova Referência Custos Internos, uma coluna onde são apresentados, como sugestão, os custos mínimos por peça na fase de Editoração Eletrônica.

Mantivemos também, nessa Recomendação, a relação detalhada dos custos inte editoração eletrônica, assim, poder-se-á fazer o orçamento com a descrição de quando for necessário.

CRIAÇÃO DE CAMPANHA E PLANEJAMENTO

Até aqui a referência de Custos é referente aos custos individuais de cada peça publici. No entanto, quando é solicitada a criação de campanha, é necessário uma etapa antecede a criação das peças que a comporá. A agência deve cobrar o planejamento partir de duas peças e o desenvolvimento do tema/conceito da campanha. Est deve ser cobrada de acordo com o segmento abordado pela campanha, com estabelecido no item "X" dessa Recomendação de Custos. A determinação final de referentes a uma campanha será a conjunção dos custos de planejamento, criação tema/conceito somados aos custos individuais de cada peça que compõe a campanha aprovada pelo cliente.

Os prazos mínimos, em dias úteis necessários para execução de peças são os seguintes a partir da aprovação do briefing pelo cliente:

Considerando que nas negociações para veiculação de propaganda através de peças o pagamento da veiculação se dá através de outras moedas, que não em p recomenda-se e se estabelece:

- Nas negociações para veiculação de publicidade onde sejam adotadas permutas, a agência de propaganda que atende o cliente/annuncio necessariamente, delas participar, a fim de estabelecer em conjunto veículo de divulgação e seu cliente a sua forma de remuneração correspondente ao desconto padrão de agência;
- A remuneração da agência de propaganda, correspondente ao padrão de agência, será devida pelo veículo em qualquer caso (participação não a agência da negociação), sendo que o percentual de 20% (vinte por cento) correspondente aos citados honorários da agência, incidirá sobre o veículo; permuta;
- Faculta-se às partes, notadamente aos veículos de divulgação/exibição veiculação e às agências de publicidade e propaganda em conjunto excepcionalmente, estas, possam receber, a título de desconto padrão de espaço/tempo publicitário no citado veículo, para ser utilizado por um dos da Agência, indicado previamente pela agência ao Veículo. Esta disposição estabelecida como exceção à regra do item 4.7 das Normas-Padrão.

PROJETOS ESPECIAIS, EVENTOS, APOIO E PATROCÍNIOS

Nas negociações entre o cliente da carteira da agência e o atendimento prom projeto especial, promoção, feira, convenção, palestra, seminário, curso, e demais com a finalidade de que este cliente apoie ou patrocine as ações do promotor, a transferência de recurso através de permuta ou de permuta é que, em contrapartida, o cliente expositivo em mídia de suas marca(s) e/ou produto(s) ou serviço(s) nas peças de divulgação do evento, caberá, nestes casos, a agência de propaganda responsável pela conta publicitária, uma remuneração sobre o contrato que deve corresponder ao percentual de 20% (vinte por cento), equiva desconto padrão de agência sendo esta devida pelo promotor do evento, em caso (participando ou não a agência da negociação).

Nos casos em que, como contrapartida, forem oferecidos créditos em publicitários a serem utilizados livremente pelo cliente na divulgação de seu in, facultada-se à agência estimar os preços dos espaços publicitários oferecidos ao cli

Caso esses espaços estejam abaixo dos valores de mercado, ou ofertados pelo pr como bonificação da negociação, poderá a agência estabelecer sua remuneração 20% (desconto padrão de agência), levando em consideração não o valor pa mas sim os valores de mercado referentes aos espaços ofertados ou preços pag seu cliente na compra de espaços publicitários semelhantes.

- Recomenda-se e estabelece que, nas negociações, a agência de Prop

Criação de Campanhas: 7 dias
Peças avulsas: 3 dias
Peças de oportunidade: 1 dia
Elaboração de planos de mídia - Campanhas: 7 dias
Peças avulsas: 2 dias
Peças de oportunidade: 1 dia
Produção de campanhas: 10 a 20 dias

Sempre que esses prazos não forem obedecidos, o cliente pagará uma taxa de emergência à agência de no mínimo 20% sobre o valor dos custos dos serviços internos, para o ressarcimento dos custos adicionais, como horas extras, lanches e transporte dos profissionais da agência.

As peças não especificadas nessa referência serão orçadas por avaliação e referência de peças similares.

CUSTOS EXTERNOS

São todos os custos dos serviços contratados com fornecedores/terceiros para a execução dos trabalhos dos clientes/annuncioantes que são executados sob supervisão da agência.

Os honorários da agência (15%), incidentes sobre os custos dos serviços de fornecedores/terceiros, devem seguir o estipulado nos itens 3.6.1 e 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP.

REEMBOLSO DE DESPESAS

Todos os gastos efetuados a serviço do cliente serão previamente autorizados e efetivamente comprovados, sendo debitados pelo preço de custo, sem incidência de honorários ou comissões. Exemplos: viagens diárias, transporte, alimentação, comunicação em geral, fotocópias etc.

Os reembolsos de despesas são parte integrante da receita tributável da agência. Assim sendo, tais reembolsos sofrem taxas de impostos. Estes tributos devem ser cobrados do cliente.

PERMUTA

Considerando os expressos termos do art. 9º, inciso VIII, c.c. a Lei 9.610/98 (Lei de Direito Autoral), bem como a forma disposta pelo item 13 do Código de Ética dos Profissionais da Propaganda, incorporado ao sistema legal por força do art. 17 da Lei 4.680/65, nenhum trabalho publicitário pode ser veiculado sem que a agência de propaganda criadora autorize sua divulgação e sem que seja ela, por isso, remunerada.

6. O cliente liquidará à vista, ou no prazo de trinta dias, as notas de honorários e despesas apresentadas pela agência, prevalecendo porém, o prazo de vencimento das faturas de serviços de terceiros.

PROCEDIMENTOS ÉTICOS

- Todo trabalho profissional de propaganda faz jus à paga respectiva na combinação prevalecendo, na falta destas, o preço comum para trabalhos similares.
- É proibida por desleal a prestação de serviços profissionais gratuitos ou preços inferiores aos da concorrência, a qualquer título executado, exceto se, naturalmente, os casos em que o beneficiário seja uma entidade lícita remunerá-lo.

que atende o cliente/anunciante deve necessariamente deixar participar a fim de estabelecer, em conjunto com o promotor do evento e seu cliente, a sua forma de remuneração, correspondente ao desconto padrão de agência:

- A remuneração da agência de publicidade, correspondente ao desconto padrão de agência, será devida pelo promotor em qualquer caso (participando ou não a agência da negociação), sendo que o percentual de 20% (desconto padrão de agência), correspondente aos citados honorários da agência, incidirá sobre o valor do contrato.

Faculta-se às partes, notadamente aos promotores e às agências de propaganda, em conjunto, que, excepcionalmente, estas possam receber, a título de desconto, padrão de Agência, espaço/tempo publicitário quando o promotor for um veículo, podendo esse espaço/tempo ser utilizado por outros clientes da agência, a quem competirá indicar previamente ao veículo. Esta disposição é estabelecida como exceção à regra do item 4.7 das Normas-Padrão.

Quando o apoio ou o patrocínio for pago em forma de permuta, as bases de negociação serão as mesmas estabelecidas no item referente à permuta.

- Serviços não previstos nessa Referência são de livre acordo entre a agência e o cliente.
- Esta Recomendação poderá ser alterada sem prévio aviso.
- Esta Referência cancela e substitui a anterior.

Observações

1. Nestes preços não estão incluídos serviços de terceiros tais como fotolito, fotográficos, modelos etc. Sobre estes serviços a agência cobrará honorários de produção de 15% sobre o valor líquido das faturas, conforme Lei 4.680/65.
2. A agência cobrará valor correspondente ao ISS de 4% sobre o desconto de Agência (20%), honorários de agência (15%) e sobre custos internos de criação, texto, arte finalização, ilustrações, computação gráfica e outros a agência cobrará valor correspondente ao ISS de 5%.
3. Sobre os serviços de Assessoria, Divulgação, Relações Públicas, Projetos Especiais, Desconto de Agência na Veiculação de Matéria Legal etc., a agência cobrará o valor correspondente ao ISS de 4%.
4. Sempre que os serviços solicitados pelo cliente e executados pela agência não sejam finalizados, veiculados ou sejam cancelados sem justo motivo, a agência cobrará de acordo com essa recomendação, a fim de se ressarcir de suas despesas com planejamento, layout, concepção etc.
5. Serão debitados ao Cliente, pelo preço de custo sem incidência de honorários, todos os gastos efetuados e previamente autorizados e comprovados para o bom desempenho dos serviços. Esses gastos, em geral, referem-se a viagens, acomodações, transportes, alimentação, comunicação em geral e outros.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA CASA CIVIL
SUBCHEFIA PARA ASSUNTOS JURÍDICOS
LEI Nº 12.232, DE 29 DE ABRIL DE 2010.

Dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA: Faço saber que o Congresso Nacional decreta e sanciona a seguinte Lei:

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1 Esta Lei estabelece normas gerais sobre licitações e contratações pela administração pública de serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e Municípios.

§ 1 Subordinam-se ao disposto nesta Lei os órgãos do Poder Executivo, Legislativo, Judiciário, as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas ou indiretamente pelos entes referidos no caput deste artigo.

§ 2 As Leis nºs 4.680, de 18 de junho de 1965, e 8.666, de 21 de junho de 1997, aplicadas aos procedimentos licitatórios e aos contratos regidos por esta Lei, são complementadas.

Art. 2 Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atos realizados integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

§ 1 Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atos complementares os serviços especializados pertinentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação, nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;

II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

LEI Nº 12.232, DE 29 DE ABRIL DE 2010
Normas gerais sobre licitações e contratações
de serviços de publicidade



CR

III - a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

§ 2 Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1 deste artigo, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, regidos pelo disposto na legislação em vigor.

§ 3 Na contratação dos serviços de publicidade, facultada a adjudicação do objeto da licitação a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias, mediante justificativa no processo de licitação.

§ 4 Para a execução das ações de comunicação publicitária realizadas no âmbito dos contratos decorrentes das licitações previstas no § 3 deste artigo, o órgão ou a entidade deverá, obrigatoriamente, instituir procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela administração e publicada na imprensa oficial.

Art. 3 As pesquisas e avaliações previstas no inciso I do § 1 do art. 2 desta Lei terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

Parágrafo Único. É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações 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.

Art. 4 Os serviços de publicidade previstos nesta Lei serão contratados em agências 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.

§ 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 representem veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

§ 2 A agência contratada nos termos desta Lei só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem dos seus clientes, se previamente os identificar e tiver sido por eles expressamente autorizada.

CAPÍTULO II DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

Art. 5 As licitações previstas nesta Lei serão processadas pelos órgãos e em responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas no art. 22 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, adotando-se como obrigatórios os tipos "melhor" ou "técnica e preço".

Art. 6 A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas na obediência às exigências do art. 40 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, com as previstas nos incisos I e II do seu § 20, e às seguintes:

I - os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do art. 11 desta Lei;

II - as informações suficientes para que os interessados elaborem proposta estabelecidas em um briefing, de forma precisa, clara e objetiva;

III - a proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária pertinente às informações expressas no briefing, e de um conjunto de informações referentes ao proponente;

IV - o plano de comunicação publicitária previsto no inciso III deste artigo apresentado em 2 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria e outra identificação;

V - a proposta de preço conterá quesitos representativos das fornecedoras de remuneração vigentes no mercado publicitário;

VI - o julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório;

VII - a submissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei reavaliará a por atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor por for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o testabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os objetivos postos no instrumento convocatório;

VIII - serão fixados critérios objetivos e automáticos de identificação da proposta vantajosa para a administração, no caso de empate na soma de pontos das propostas técnicas, nas licitações do tipo "melhor técnica";

IX - o formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação publicitária será padronizado quanto ao seu tamanho, a fonte utilizada

comunicação a serem enfrentadas;

II - estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto, que indicará e delimitará as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e a comunicação desejada pelo órgão ou entidade responsável pela licitação;

III - ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que correspondam à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitadas na estratégia de comunicação publicitária;

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

Art. 8. O conjunto de informações a que se refere o inciso III do art. 6º desta Lei é composto de quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes.

Art. 9. As propostas de preços serão apresentadas em 1 (um) invólucro e as propostas técnicas em 3 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica.

§ 1. O invólucro destinado à apresentação da via não identificada de comunicação publicitária será padronizado e fornecido previamente pelo órgão ou entidade responsável pela licitação, sem nenhum tipo de identificação.

§ 2. A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

Art. 10. As licitações previstas nesta Lei serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

§ 1. As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comum acordo ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

§ 2. A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por:

espaciamento de parágrafos, a quantidade e formas dos exemplos de peças e a outras particularidades pertinentes, observada a exceção prevista no inciso XI deste artigo;

X - para apresentação pelos proponentes do conjunto de informações de que trata o art. 6º desta Lei, poderão ser fixados o número máximo de páginas de texto, o número de peças e trabalhos elaborados para seus clientes e as datas a partir das quais devam ter sido elaborados os trabalhos, e veiculadas, distribuídas, exibidas ou expostas as peças;

XI - na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação;

XII - será vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

XIII - será vedada a aposição ao invólucro destinado às informações de que trata o art. 6º desta Lei, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

XIV - será desclassificado o licitante que não cumprir o disposto nos incisos XII e XIII deste artigo e demais disposições do instrumento convocatório;

§ 1. No caso do inciso VII deste artigo, persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da subcomissão técnica, autores das pontuações consideradas desvantagens, 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 de licitação;

§ 2. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim, será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei.

Art. 7. O plano de comunicação publicitária de que trata o inciso III do art. 6º desta Lei será composto dos seguintes quesitos:

1. O plano de comunicação publicitária de que trata o inciso III do art. 6º desta Lei será composto dos seguintes quesitos:

mentos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

§ 3 Nas contratações de valor estimado em até 10 (dez) vezes o limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, a relação prevista no § 2º deste artigo terá, no mínimo, o dobro do número de integrantes da subcomissão técnica e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

§ 4 A relação dos nomes referidos nos §§ 2º e 3º deste artigo será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

§ 5 Para os fins do cumprimento do disposto nesta Lei, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

§ 6 Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na subcomissão técnica, declarando-se impedido ou suspenso, antes da decisão da autoridade competente.

§ 7 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste artigo.

§ 8 A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no § 4º deste artigo e a possibilidade de fiscalização de sorteio por qualquer interessado.

§ 9 O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o órgão ou entidade responsável pela licitação, nos termos dos §§ 1º, 2º e 3º deste artigo.

§ 10 Nas licitações previstas nesta Lei, quando processadas sob a modalidade de convite, a subcomissão técnica, excepcionalmente, nas pequenas unidades administrativas e sempre que for comprovadamente impossível o cumprimento do disposto neste artigo, será substituída pela comissão permanente de licitação ou, inexistindo esta, por servidor formalmente designado pela autoridade competente, que deverá possuir conhecimentos na área de comunicação, publicidade ou marketing.

Art. 11. Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório.

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

§ 2 Os invólucros padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só serão recebidos pela comissão permanente ou especial apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar o licitante.

§ 3 A comissão permanente ou especial não lançará nenhum código, sinal ou marca em invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

§ 4 O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedi-

I - abertura dos 2 (dois) invólucros com a via não identificada do plano de comunicação e com as informações de que trata o art. 8º desta Lei, em sessão pública, pela comissão permanente ou especial;

II - encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão técnica para o julgamento;

III - análise individualizada e julgamento do plano de comunicação pública desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do art. 6º desta Lei;

IV - elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação pública encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentam em cada caso;

V - análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações que trata o art. 8º desta Lei, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;

VI - elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inciso V deste e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentam em cada caso;

VII - realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

- a) abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação pública;
- b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;

CAPÍTULO III DOS CONTRATOS DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E DA SUA EXECUÇÃO

Art. 12. A definição do objeto do contrato de serviços previstos nesta Lei e das condições que o integram dar-se-á em estrita vinculação ao estabelecido no instrumento convocatório de licitação e aos termos da legislação em vigor.

Parágrafo único. A execução do contrato dar-se-á em total conformidade com os termos e condições estabelecidas na licitação e no respectivo instrumento contratual.

Art. 14. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo comitê poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados às atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do art. 2º desta Lei.

§ 1º O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do presente artigo exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao comitê de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuam no mercado do fornecimento pretendido.

§ 2º No caso do § 1º deste artigo, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, com a realização sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

§ 3º O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto no § 2º deste artigo.

Art. 15. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao fornecedor de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, de empresa independente, sempre que possível.

Parágrafo único. Pertencem ao contratante as vantagens obtidas em negociações de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, inclusive os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaproveitamento que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

Art. 16. As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em site próprio aberto ao público na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações, quaisquer interessados.

c) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;

d) proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

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

IX - abertura dos envelopes com as propostas de preços, em sessão pública, obedecendo-se ao previsto nos incisos II, III e IV do § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, nas licitações do tipo "melhor técnica", e ao disposto no § 2º do art. 46 da mesma Lei, nas licitações do tipo "técnica e preço";

X - publicação do resultado do julgamento final das propostas, abrandando-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;

XI - convocação dos licitantes classificados no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação;

XII - recebimento e abertura do envelope com os documentos de habilitação dos licitantes previstos no inciso XI deste artigo, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório;

XIII - decisão quanto à habilitação ou inabilitação dos licitantes previstos no inciso XI deste artigo e abertura do 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;

XIV - reconhecida a habilitação dos licitantes, na forma dos incisos XI, XII e XIII deste artigo, será homologado o procedimento adjudicado o objeto licitado, observado o disposto no § 3º do art. 20 desta Lei.

Art. 17. O descumprimento, por parte de agente do órgão ou entidade responsável pela licitação, dos dispositivos desta Lei destinados a garantir o julgamento do plano de comunicação publicitária sem o conhecimento de sua autoria, até a abertura dos envelopes de que trata a alínea a do inciso VII do § 4º do art. 11 desta Lei, implicará a anulação do certame, sem prejuízo da apuração de eventual responsabilidade administrativa, civil ou criminal dos envolvidos na irregularidade.

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

Art. 17. As agências contratadas deverão, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

CAPÍTULO IV DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 18. É facultativa a concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação e sua aceitação por agência de propaganda, e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência e não estão compreendidos na obrigação estabelecida no parágrafo único do art. 15 desta Lei.

§ 1º A equação econômico-financeira definida na licitação e no contrato não se altera em razão de vigência ou não de planos de incentivo referidos no caput deste artigo, cujos frutos estão expressamente excluídos dela.

§ 2º As agências de propaganda não poderão, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses dos contratantes, pretendendo 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.

§ 3º O descumprimento ao disposto no § 2º deste artigo 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 previstas no caput do art. 87 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

Art. 19. 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.

Art. 20. O disposto nesta Lei será aplicado subsidiariamente às empresas que possuem regulamento próprio de contratação, às licitações já abertas, aos contratos em fase de execução e aos efeitos pendentes dos contratos já encerrados na data de sua publicação.

Art. 21. Serão discriminadas em categorias de programação específicas no projeto e no lei orçamentária anual as dotações orçamentárias destinadas às despesas com publicidade.

institucional e com publicidade de utilidade pública, inclusive quando for produzida por órgão ou entidade integrante da administração pública.

Art. 22. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 29 de abril de 2010; 189ª da Independência e 122ª da República.

LUÍZ INÁCIO LULA DA SILVA

Luiz Paulo Teles Ferreira Barreto

Este texto não substitui o publicado no DOU de 30.4.2010

A respeito de licitações para publicidade e propaganda, a Assessoria Jurídica da Federação Nacional das Agências de Propaganda (FENAPRO) esclarece:

1. A contratação de serviços publicitários pela Administração Pública somente pode ser realizada dentro das "normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e publicidade", estabelecidas pela Lei Federal nº 12.252, de 29 de abril de 2010, art. 1, §1º.

2. A referida Lei dispõe expressamente em seu art. 5º: "Art. 5º - As licitações previstas nesta Lei, serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas no art. 22 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, adotando-se como obrigatórios os tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço".

3. As modalidades definidas pelo art. 5º da Lei nº 12.252/10, para licitação e contratação de serviços publicitários, portanto, só podem ser:

- Concorrência;
- Tomada de preços;
- Convite.

LICITAÇÕES E PREGÃO NA PUBLICIDADE (FENAPRO)



É tais modalidades só podem ocorrer nos tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço", quaisquer outras modalidades e tipos.

4. A modalidade de pregão, não se encontra mencionada no art. 22 da Lei nº 8.666/93, portanto não se aplica à contratação de serviços publicitários e nem poderia ser utilizada porque os citados serviços são de natureza intelectual e não podem ser contratados através de registro de preços. Sua contratação exige apresentação de "Proposta" porque a prestação de serviços publicitários ocorre através de honorários perçidos e não de preços fixos.

Tais honorários percentuais são calculados sobre preços de terceiros. Fornecedores e os preços mencionados oscilam segundo a maior ou menor dificuldade de produção dos materiais desejados, bem como o meio de divulgação a que destina os referidos materiais.

5. O pregão somente pode ser utilizado para contratação de bem ou serviço e aquele destituído de alguma peculiaridade que derive ausência de sua disponibilidade no mercado, para aquisição a qualquer tempo. Portanto, se a administração pública promover registro de preços para bens e serviços que não são comuns (na legislação na legislação do pregão) ser-lhe-á imperioso valer-se da concorrência. (ver o Prof. Dr. Marçal Justen F., in Comentários à Lei de Licitação e Contratação Administrativa, 14ª ed., p. 201, n.8.12.3.2, in fine).

6. Serviços comuns são os serviços que compreendem atividades amplas de

Cláudio

como os serviços de limpeza, pintura, manutenção em geral, transporte, etc... que se assemelham entre si, e podem ser contratados tomando-se o preço como fator relevante.

Os serviços publicitários como intelectuais que são, tem seu fulcro na criatividade, no planejamento e na qualidade da produção e divulgação.

Não há duas campanhas publicitárias iguais e nem poderia haver, pois uma delas seria plágio da outra.

Os serviços publicitários somente podem ser licitados através das normas contidas na Lei nº 12.232/10, pois se trata de uma legislação específica para licitação e contratação de serviços publicitários.

7. Assim sendo, a modalidade "pregão" não se aplica à licitação de serviços publicitários e nem à contratação dos mesmos.

Também é inaplicável à matéria, os sistemas correspondentes a "atos de preços" ou "registro de preços" que somente, correspondem a serviços de natureza comum.

Os serviços publicitários apenas podem ser licitados nas modalidades "concorrência", "tomada de preços" e "convite", e nos tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço".

3. Por fim lembramos que o descumprimento da Lei nº 12.232/10, por parte do agente do órgão ou entidade responsável pela licitação, implicará na anulação do certame, sem prejuízo da apuração de responsabilidade administrativa, civil ou até mesmo criminal dos envolvidos, conforme disposto no art. 12 da citada Lei.

Administrativamente, a pena é a prescrita no art. 90 da Lei nº 8.666/93 com alterações posteriores, e corresponde a detenção de 02 (dois) a 04 (quatro) anos e multa.

Para tanto, basta denunciar ao Tribunal de Contas da União e/ou ao Ministério Público.

Permanecemos ao mais inteiro dispor.

Diretoria e Conselho de Ética
SINAPRO/PB
FENAPRO

SUGESTÃO DE BRIEFING

DADOS DO CLIENTE

Cliente:
CNPJ No.:
Cidade:
Estado:
Endereço:
Telefones:
Produto:
CNPJ/MF/CIC:
Inscrição Estadual/RG:
Inscrição Municipal:
Nº Cliente-Contato com:

RESPOSTAS DO BRIEFING

DATA DA VISITA:
DATA DA ENTREGA:

FORMATO:

CORES:

1. Fato Principal?

2. Problema a ser resolvido pela comunicação?

3. Objetivo da comunicação?

4. Estratégia Criativa?

- Roteiro de Criação:
- Definição do público-alvo, da mensagem e da oferta;
- Concorrência direta e indireta?
- Principal promessa a ser comunicada?
- Razão da promessa?
- Obrigatoriedade e limitações?

5. Estratégia de Mídia?

6. Instruções Específicas - obrigatoriedade?

7. Critérios para seleção de mídias?

8. Datas de aniversário da empresa e dos diretores (dia e mês)?

SUGESTÃO DE BRIEFING

SUGESTÃO DE CONTRATO

TERMOS COMUNS EM PUBLICIDADE
E PROPAGANDA



Handwritten signature

MODELO DE CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE

Pelo presente instrumento particular de Contrato a (INSERIR AGENCIA), com sede em (INSERIR RUA/AVENIDA, NÚMERO, BAIRRO), com o CEP (INSERIR), na cidade de (INSERIR) no estado de (INSERIR) (Brasil), com o telefone (INSERIR), inscrita no CNPJ sobre o nº (INSERIR), deste ponto em diante denominada CONTRATADA, e o cliente (INSERIR) (CLIENTE), com sede na (INSERIR RUA/AVENIDA, NÚMERO, BAIRRO), com o CEP (INSERIR) na cidade de (INSERIR), no estado de (INSERIR) (Brasil), com o telefone (INSERIR), no CNPJ sobre o número (INSERIR), deste ponto em diante denominado CONTRATANTE, ambas devidamente representadas na forma de seus respectivos Contratos Sociais, entre si justo e aprovado o presente Contrato de Prestação de Serviços, que se regerá pelas cláusulas e condições seguintes:

01 - DO OBJETO DO CONTRATO

1.1. O presente Contrato tem como objeto, a prestação pela CONTRATANTE, de qualquer dos seguintes serviços, nas áreas de publicidade, propaganda, promoção, eventos e merchandising:

- a. criação e execução de peças/campanhas de comunicação para qualquer tipo de massa, dirigida/internet/mídias alternativas, bem como distribuição direta;
- b. criação e execução de peças/campanhas promocionais/institucionais/qualquer tipo de mídia e exibição direta;
- c. operacionalização e controle de ações promocionais;
- d. realização de eventos promocionais, culturais etc;
- e. acompanhamento da produção de quaisquer materiais publicitários promocionais;
- f. distribuição de materiais publicitários e/ou promocionais à divulgação.

1.2. Para realização dos serviços acima indicados a CONTRATADA desenvolverá trabalhos preliminares tais como:

- a) briefing/pesquisas;
- b) análise das estratégias de comunicação;
- c) geração de estudos alternativos;
- d) planejamento, criação e execução interna de materiais.

1.3. Todos os serviços só serão executados mediante prévia aprovação por escrito do CONTRATANTE.

02 - DO PRAZO DO CONTRATO.

2.1. Esse Contrato vigorará entre as partes por prazo indeterminado, poder rescindido, sem qualquer ônus ou penalidade, mediante prévio aviso por escrito (sessenta) dias de antecedência.

2.2. Durante o prazo de aviso-prévio, a CONTRATADA atenderá normalmnte o CONTRATANTE, em todas as suas necessidades. Findo o prazo de aviso-prévio, o CONTRATANTE obriga-se a pagar todas as despesas que se vencerem após o término do prazo.

9. Posicionamento?

10. Pontos Fortes?

11. Pontos Fracos?

12. Ameaças?

13. Oportunidades?

14. O que mais os clientes adoram?

15. O que mais os clientes reprovam?

16. Qual a proposta da empresa / produto / serviço?

17. O que as pessoas procuram?

18. Verba para pesquisa?

19. Verba para planejamento?

20. Verba para criação, concepção?

21. Verba para produção?

22. Verba para veiculação, exibição?

23. O seu preço é formado pela composição de custos? e ou pelo valor percebido?

24. Faturamento, mensal e ou anual?

25. Outros?

INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES - RAFF

As informações aqui prestadas são confidenciais ao cliente e à Agência.

DATA:

- Assinatura ou rubrica do cliente com carimbo

- Assinatura ou rubrica pela agência

desde que por ela prévia e expressamente autorizadas.

03. DO PREÇO E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

3.1. Pela prestação dos serviços objeto desse Contrato, a CONTRATANTE pagará à CONTRATADA:

- a) Custos internos, segundo a tabela de Investimentos Referenciais do SINA-PRO/PPB - Sindicato das Agências de Publicidade e Propaganda do Estado da Paraíba em vigor;
- b) Acompanhamento da produção de materiais executada por terceiros: 15% (quinze por cento);

3.2. Único - Os serviços de planejamento de mídia, acompanhamento do cumprimento do plano de mídia, check-in, compensação de eventuais falhas e outros são remunerados pelos Veículos de Divulgação, através do "Desconto Padrão de Agência" previsto na legislação aplicável.

3.3. A CONTRATANTE reembolsará à CONTRATADA, as despesas com transporte de materiais, viagens a serviços (passagens, traslado, hospedagem) e alimentação, sempre que necessárias, desde que previamente submetidas e aprovadas pela CONTRATANTE, e comprovadas por documentação original.

3.4. Os pagamentos serão sempre efetuados mediante apresentação pela CONTRATADA, no local indicado pela CONTRATANTE, de respectiva Nota Fiscal/Fatura, corretamente emitida, acompanhada dos comprovantes das despesas nela contidas. Os pagamentos serão efetuados no prazo de 10 (dez) dias corridos.

3.5. A CONTRATADA deverá anexar ao seu faturamento, as notas fiscais de terceiros (Fornecedores e Veículos), emitidas em nome da CONTRATANTE.

3.6. O atraso no pagamento de qualquer Nota Fiscal/Fatura por parte da CONTRATANTE, implicará na assunção por parte da CONTRATANTE, de todos os acréscimos incorridos e dele decorrentes, que venham a ser cobrados por parte dos Fornecedores e Veículos.

3.7. No tocante à remuneração da CONTRATADA, tal atraso implicará na incidência de multa moratória de 2% (dois por cento), acrescida de juros de mora de 1% (um por cento) ao mês ou fração.

04 - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

4.1. A CONTRATADA obriga-se a:

- a) cumprir fielmente todas as obrigações ora acordadas;
- b) submeter à CONTRATANTE, para prévia aprovação escrita, todo texto proposto, layouts, arte e quaisquer outros materiais de comunicação antes de encaminhá-los à produção externa e à divulgação;
- c) contratar regularmente os modelos/artistas que participarem da produção externa e ou interna, autorizando previamente a utilização das respectivas imagens e som de voz, fornecendo à CONTRATANTE uma cópia dos contratos celebrados;

d) licenciar regularmente os direitos autorais incidentes sobre as obras pré-existentes que venham a ser incluídas na produção, tais como, porém não exclusivamente, trilhas, quadros, esculturas etc;

e) respeitar a legislação vigente aplicável à atividade publicitária, criando produzindo materiais publicitários e/ou promocionais dentro das normas previstas no Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária, no Código de Defesa do Consumidor e demais em vigor.

05 - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

5.1. A CONTRATANTE obriga-se a:

a) aprovar em tempo hábil as Notas Fiscais/Faturas da CONTRATADA, e respeitar as condições de pagamento por ela pactuadas com Fornecedores e previamente aprovadas pela CONTRATANTE;

b) fornecer à CONTRATADA todas as informações necessárias à correta criação peças/campanhas publicitárias;

c) manter em seu poder, para exibição a terceiros, os dados fáticos, técnicos e científicos que fundamentarem as mensagens publicitárias, conforme disposto no art. 36 do Código de Defesa do Consumidor.

06 - DA CONFIDENCIALIDADE

6.1. Cada uma das partes, por si e por seus funcionários compromete-se a manter como confidenciais, os termos deste Contrato e de todas as outras informações e conhecimentos não públicos, recebidos em decorrência desse Contrato, objeto de sua execução, não podendo torná-los acessíveis a quaisquer terceiros sem a expressa autorização da outra parte.

07 - DA EXCLUSIVIDADE

7.1. A CONTRATADA compromete-se a prestar seus serviços com inteira exclusividade para a CONTRATANTE, e essa se compromete a realizar o planejamento, a criação, a produção e distribuição de materiais/campanhas publicitárias e/ou promocionais, apenas para a CONTRATADA.

08 - DAS RESPONSABILIDADES TRABALHISTAS

8.1. O presente Contrato não estabelece qualquer relação de emprego entre a CONTRATANTE e os empregados da CONTRATADA, sendo a última citada a responsável exclusiva pela contratação, pagamento e demissão de seus funcionários durante o prazo de vigência desse Contrato.

8.2. A CONTRATADA compromete-se a cumprir fielmente a legislação trabalhista, previdenciária, fundiária e tributária, bem como as normas relativas à segurança e medicina do trabalho em relação aos seus empregados.

09 - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

9.1. É expressamente vedada a cessão ou transferência desse Contrato a terceiro, de comum acordo entre as partes.

TERMINOS COMUNS EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

9.2. Todos os entendimentos sobre o andamento ou alteração do objeto, termos e condições desse Contrato, deverão ser mantidos por escrito, mediante Termos Aditivos assinados pelos representantes legais das partes, sendo certo que acordos verbais não produzirão quaisquer efeitos entre elas.

9.3. Esse Contrato foi ajustado dentro dos princípios da boa-fé e probidade, sem qualquer vício de consentimento.

19 - DO FORO

19.1. As partes elegem o foro de comarca de João Pessoa, no estado da Paraíba, para dirimir questões decorrentes desse Contrato, com exclusão de qualquer outro, mais privilegiado que seja.

E, por estarem justas e contratadas, as partes firmam o presente Contrato em 02 (duas) vias de iguais teor e forma, perante as testemunhas abaixo, para que produza todos os efeitos de direito.

João Pessoa/Paraíba, XX de XXXX de XXXX.

CONTRATANTE

Assinante
Diretor

CONTRATADA

Agência de Publicidade
Publicitária

TESTEMUNHA 01:

Nome
CPF
CI

TESTEMUNHA 02:

Nome
CPF
CI

- Audiovisual:** modo de atingir o áudio e o visual. Geralmente se resume à apresentação de slides, CD, DVD e fita gravada.
- Banner:** material de ponto de venda, tipo pequena bandeira, com mensagens promocional. Pode ser em pano, plástico ou papel.
- Blimp:** balão inflável preso ao solo por meio de corda, com mensagens promocionais.
- Broadside:** folheto destinado à rede de revenda, com minuciosas informações sobre a campanha publicitária pretendida.
- Budgets:** Orçamentos. Projeção e plano que definem o custo previsto para se atingir um objetivo.
- Cartaz:** peça com impressão em apenas um dos lados, exposta em grandes armações ao ar livre.
- Conversão de arquivos:** mudar o programa no qual foi formatada a peça publicitária, para envio ao veículo.
- Digitalização de imagens:** captação da imagem e transformação por meio eletrônico (digital).
- Display de balcão:** dispositivo para representação visual da informação. Mol
- Documentário:** filme que registra um fato ou evento, geralmente de curta duração.
- Encarte:** anúncio, geralmente em folheto, que é colocado numa publicação, ou jornal.
- Foldeer:** impresso em apenas uma folha, contendo uma ou mais dobras.
- Folheto:** pequeno livro com matéria promovendo um produto ou dando insight sobre seu uso.
- Fusão de imagens:** utilização de várias imagens para formar um todo completo.
- House organ:** veículo impresso distribuído para público interno (funcionário suas famílias) e externo (fornecedores, acionistas, clientes, imprensa etc.). É o que jornal da empresa, revista da empresa.
- Insert:** inserção de informação posterior (geralmente lettering) em um vídeo.
- Jingle:** comercial musicado para rádio, internet, carro de som volante, moto, bicicleta volante etc.
- Logomarca:** parte da marca que pode ser reconhecida, mas que não pode se verbalizada, tal como símbolo, design, colorido ou letras distintas.
- Mal Direta:** propaganda enviada pelo correio diretamente ao consumidor.
- Marca/logotipo:** identificação sob forma de nome, símbolo, termo, desenho ou alguma combinação de todos, que diferencia um produto ou serviço de seus similares.
- Panel:** propaganda ao ar livre com mensagem pintada em material durável.
- Pin:** logomarca aplicada em alfinete sob a forma de broche.
- Portfólio eletrônico e ou impresso:** coleção de cópias de inserções publicitárias.

- comerciais de TV ou qualquer outra iniciativa a ser utilizada na ação de venda do produto. – Pasta que contém a coleção de trabalhos da agência ou de um artista. – Ferramenta pela qual a empresa se identifica e avalia seus negócios.
- **Press release:** noticiário de interesse do cliente distribuído à imprensa pela agência, através de uma assessoria de imprensa especializada.
- **Print color:** impressão de uma peça em cores.
- **Print P&B:** impressão de uma peça em preto e branco.
- **Retoque de Imagens:** eliminação de defeitos na imagem via computador.
- **Spot:** Texto gravado, locução com ou sem trilha, para rádio, Internet, carro de som volante, moto volante, bicicleta volante, etc.
- **Testemunhal:** depoimento sobre determinado produto, enfatizando suas qualidades.
- **Trilha:** abreviação de trilha sonora.
- **Vetorização:** redesenho da imagem em programa de vetor.
- **Vineta eletrônica:** cena animada rápida com ou sem sonorização para lembrar um tema, empresa, comercial ou marca na televisão, rádio, Internet, etc.
- **Volante:** pequeno boletim com texto promocional distribuído em lojas e residências.

Veiculação

20% do valor contratado com o veículo

Produção

15% sobre serviços contratados

Terceiros

No mínimo 10% sobre outros serviços de terceiros

Handwritten signature

JORNAL - ANÚNCIO

Quantidade	Descrição	Valor Unitário	Valor Total
01	Anúncio Mínimo/ Rodapé	R\$ 778,20	R\$ 558,80
02	1/8 de página	R\$ 853,40	R\$ 853,40
03	1/4 de página	R\$ 1.255,80	R\$ 887,20
04	1/2/ Souba página	R\$ 1.651,20	R\$ 1.100,80
05	1 página	R\$ 2.350,00	R\$ 1.704,00
06	Página dupla	R\$ 4.158,60	R\$ 2.772,40

REVISTA - ANÚNCIO

Quantidade	Descrição	Valor Unitário	Valor Total
07	Anúncio Mínimo/ Rodapé / Orelha	R\$ 531,60	R\$ 354,40
08	1/8 de página	R\$ 674,40	R\$ 449,60
09	1/4 de página	R\$ 985,80	R\$ 657,20
10	1/2 de página	R\$ 1.390,60	R\$ 1.260,40
11	1 página	R\$ 2.839,80	R\$ 1.893,20
12	Página dupla	R\$ 3.784,20	R\$ 2.522,80

PUBLICIDADE LEGAL

Quantidade	Descrição	Valor Unitário	Valor Total
13	Valor Mínimo	R\$ 250,20	R\$ 166,80
14	1/8 de página	R\$ 418,20	R\$ 278,80
15	1/4 de página	R\$ 639,60	R\$ 466,40
16	1/2 página	R\$ 978,00	R\$ 652,00
17	1 página	R\$ 1.369,20	R\$ 912,80
18	Página dupla	R\$ 2.440,80	R\$ 1.627,20

LOGOTIPIA, IDENTIDADE VISUAL E EMBALAGENS

19	Marca empresa	R\$ 5.842,20	R\$ 3.894,80
20	Marca produto/serviço	R\$ 4.671,00	R\$ 3.114,00
21	Marca promocional	R\$ 4.288,80	R\$ 2.859,20
22	Reformulação de marca	R\$ 2.920,80	R\$ 1.947,20
23	Manual de identidade visual	R\$ 1.782,60	R\$ 1.188,40
24	Sinalização de fachada de empresa/loja	R\$ 3.109,80	R\$ 2.073,20
25	Sinalização interna de empresa/loja - projeto completo	R\$ 2.513,40	R\$ 1.675,60

VALORES DE INVESTIMENTO MÍNIMO
PARA REEMBOLSO DE CUSTOS
INTERNS DE SERVIÇOS PROPRIOS
DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE E
PROPAGANDA - SINAPRO-PB



Carla

QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL	DESCRIÇÃO	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
26	R\$ 100,80	R\$ 67,32	26 - Sinalização interna de empresa/loja - por peça	R\$ 100,80	R\$ 67,32
27	R\$ 8.371,80	R\$ 5.587,20	27 - Embalagem Padrão (formatos convencionais - por peça)	R\$ 8.371,80	R\$ 5.587,20
28	R\$ 23.500,60	R\$ 17.000,40	28 - Embalagem Linha de Produtos (adaptação) - por peça	R\$ 23.500,60	R\$ 17.000,40
29	R\$ 2.780,40	R\$ 1.853,60	29 - Embalagem Promocional	R\$ 2.780,40	R\$ 1.853,60
30	R\$ 10.065,80	R\$ 6.697,20	30 - Embalagem Projeto Especial (por peça)	R\$ 10.065,80	R\$ 6.697,20
31	R\$ 1.732,20	R\$ 1.154,80	31 - Embalagem pequena por amostra grátis, sampling	R\$ 1.732,20	R\$ 1.154,80
32	R\$ 2.118,00	R\$ 1.412,00	32 - Caixa de Papelão	R\$ 2.118,00	R\$ 1.412,00
33	R\$ 1.072,80	R\$ 675,20	33 - Sinalização de veículo - moto	R\$ 1.072,80	R\$ 675,20
34	R\$ 1.554,00	R\$ 1.036,00	34 - Sinalização de veículo - pequena e médio porte	R\$ 1.554,00	R\$ 1.036,00
35	R\$ 2.480,60	R\$ 1.640,40	35 - Sinalização de veículo - grande porte (ônibus, Frets, Avibús)	R\$ 2.480,60	R\$ 1.640,40
36	R\$ 6.400,80	R\$ 4.267,20	36 - Mascotes/Personagem	R\$ 6.400,80	R\$ 4.267,20
37	R\$ 2.390,20	R\$ 1.732,80	37 - Criação de nome fantasia	R\$ 2.390,20	R\$ 1.732,80
38	R\$ 2.742,60	R\$ 1.828,40	38 - Criação de nome de produtos/serviço	R\$ 2.742,60	R\$ 1.828,40
39	R\$ 3.246,00	R\$ 2.164,00	39 - Botão	R\$ 3.246,00	R\$ 2.164,00
40	R\$ 2.153,40	R\$ 1.435,60	40 - Simbologia/iconográfico	R\$ 2.153,40	R\$ 1.435,60
41	R\$ 1.476,60	R\$ 984,40	41 - Uniforme - por peça	R\$ 1.476,60	R\$ 984,40
42	R\$ 3.286,20	R\$ 2.190,80	42 - Slogan/Conceito ou Assinatura de marca	R\$ 3.286,20	R\$ 2.190,80
43	R\$ 2.925,60	R\$ 1.950,40	43 - Balcão de degustação	R\$ 2.925,60	R\$ 1.950,40
44	R\$ 3.464,40	R\$ 2.309,60	44 - Display ou sinalização de vitrine	R\$ 3.464,40	R\$ 2.309,60
45	R\$ 7.683,60	R\$ 5.122,40	45 - Stand de Feira - Por peça	R\$ 7.683,60	R\$ 5.122,40
46	R\$ 876,60	R\$ 584,40	46 - Bônus	R\$ 876,60	R\$ 584,40
47	R\$ 1.659,60	R\$ 1.106,40	47 - Toleim	R\$ 1.659,60	R\$ 1.106,40
48	R\$ 3.255,20	R\$ 2.166,80	48 - Livrerias	R\$ 3.255,20	R\$ 2.166,80
49	R\$ 801,00	R\$ 534,00	49 - Sacolas	R\$ 801,00	R\$ 534,00
50	R\$ 615,60	R\$ 410,40	50 - Carteira de identificação ou coacha	R\$ 615,60	R\$ 410,40
PEÇAS GRÁFICAS					
51	R\$ 984,80	R\$ 663,20	51 - Adesivo - até 30cm diâmetro por comprimento	R\$ 984,80	R\$ 663,20
52	R\$ 1.659,60	R\$ 1.106,40	52 - Adesivo - até 60cm diâmetro ou comprimento	R\$ 1.659,60	R\$ 1.106,40
53	R\$ 2.855,60	R\$ 1.770,40	53 - Adesivo - até 120cm diâmetro por comprimento	R\$ 2.855,60	R\$ 1.770,40
54	R\$ 612,00	R\$ 408,00	54 - Adesivo batom ou batom	R\$ 612,00	R\$ 408,00
55	R\$ 1.768,20	R\$ 1.178,80	55 - Agenda - layout de capa	R\$ 1.768,20	R\$ 1.178,80
TOTAL					
		R\$ 1.658,00			R\$ 1.658,00
56	R\$ 311,40	R\$ 207,60	56 - Agenda - layout de página (por página)	R\$ 311,40	R\$ 207,60
57	R\$ 342,60	R\$ 228,40	57 - Agenda - desenvolvimento do conteúdo (por página)	R\$ 342,60	R\$ 228,40
58	R\$ 3.160,80	R\$ 2.107,20	58 - Apresentação em flash, Power Point ou Keynote	R\$ 3.160,80	R\$ 2.107,20
59	R\$ 262,20	R\$ 174,80	59 - Background de apresentação digital (parte slides)	R\$ 262,20	R\$ 174,80
60	R\$ 584,40	R\$ 389,60	60 - Bandeira, Flâmula ou Estandarte (até 50cm)	R\$ 584,40	R\$ 389,60
61	R\$ 793,80	R\$ 529,20	61 - Bandeira (Acima 50cm)	R\$ 793,80	R\$ 529,20
62	R\$ 793,20	R\$ 528,80	62 - Banner formato especial - até 4m2	R\$ 793,20	R\$ 528,80
63	R\$ 1.108,80	R\$ 737,20	63 - Banner formato especial - acima de 4m2	R\$ 1.108,80	R\$ 737,20
64	R\$ 740,60	R\$ 520,40	64 - Backdrop ou painel fotográfico	R\$ 740,60	R\$ 520,40
65	R\$ 699,60	R\$ 466,40	65 - Bloco de anotações - layout de página (por peça)	R\$ 699,60	R\$ 466,40
66	R\$ 3.162,00	R\$ 2.106,00	66 - Calendário de mesa (contínuos de 32 folhas)	R\$ 3.162,00	R\$ 2.106,00
67	R\$ 690,60	R\$ 460,40	67 - Calendário de mesa ou bolso (peça única)	R\$ 690,60	R\$ 460,40
68	R\$ 1.448,40	R\$ 965,60	68 - Calendário de parede	R\$ 1.448,40	R\$ 965,60
69	R\$ 1.768,20	R\$ 1.178,80	69 - Capa caderno/cordel	R\$ 1.768,20	R\$ 1.178,80
70	R\$ 297,00	R\$ 198,00	70 - Capa camisê	R\$ 297,00	R\$ 198,00
71	R\$ 2.464,80	R\$ 1.643,20	71 - Cardápio - layout de capa	R\$ 2.464,80	R\$ 1.643,20
72	R\$ 468,00	R\$ 313,00	72 - Cardápio ou tabela de Preços (por página)	R\$ 468,00	R\$ 313,00
73	R\$ 2.130,40	R\$ 1.425,80	73 - Catálogo - layout de capa	R\$ 2.130,40	R\$ 1.425,80
74	R\$ 311,40	R\$ 207,60	74 - Catálogo - layout de página (por página)	R\$ 311,40	R\$ 207,60
75	R\$ 342,60	R\$ 228,40	75 - Catálogo - desenvolvimento de conteúdo (por página)	R\$ 342,60	R\$ 228,40
76	R\$ 973,20	R\$ 648,80	76 - Cartão Postal ou de Natal/Ano Novo	R\$ 973,20	R\$ 648,80
77	R\$ 1.255,20	R\$ 836,80	77 - Cartão Postal ou de Natal/Ano Novo (projeto especial)	R\$ 1.255,20	R\$ 836,80
78	R\$ 1.981,80	R\$ 1.323,20	78 - Cartão de crédito fidelização	R\$ 1.981,80	R\$ 1.323,20
79	R\$ 1.659,60	R\$ 1.106,40	79 - Cartão/Pôster - Até tamanho A3	R\$ 1.659,60	R\$ 1.106,40
80	R\$ 1.980,80	R\$ 1.322,20	80 - Cartão/Pôster - Acima tamanho A3	R\$ 1.980,80	R\$ 1.322,20
81	R\$ 442,40	R\$ 294,60	81 - Cartilha/Apostila/Manual - layout de capa	R\$ 442,40	R\$ 294,60
82	R\$ 2.496,60	R\$ 1.664,40	82 - Cartilha/Apostila/Manual - layout de página (por página)	R\$ 2.496,60	R\$ 1.664,40
83	R\$ 789,60	R\$ 526,40	83 - Certificado ou Diploma	R\$ 789,60	R\$ 526,40
84	R\$ 981,60	R\$ 654,40	84 - Carta para Invites ou Request	R\$ 981,60	R\$ 654,40
85	R\$ 829,80	R\$ 553,20	85 - Convite Simples (frente e verso)	R\$ 829,80	R\$ 553,20
86	R\$ 1.852,80	R\$ 1.235,20	86 - Corrite - Projeto especial	R\$ 1.852,80	R\$ 1.235,20
87	R\$ 459,00	R\$ 306,00	87 - Cupom promocional ou sorteio	R\$ 459,00	R\$ 306,00

ITEM	DESCRIÇÃO	ORÇAMENTO	REALIZADO	TOTAL	VALOR	VALOR	VALOR
192	Campanha Eleitoral - Dep. Federal	R\$ 84.159,00		R\$ 84.159,00			
193	Campanha Eleitoral - Dep. Estadual	R\$ 40.905,00		R\$ 40.905,00			
194	Campanha Eleitoral - Vereador (Interim)	R\$ 6.526,00		R\$ 6.526,00			
195	Campanha Eleitoral - Vereador (Capital)	R\$ 17.037,00		R\$ 17.037,00			
196	Campanha Eleitoral - Prefeito (Interim)	R\$ 119.273,00		R\$ 119.273,00			
197	Campanha Eleitoral - Prefeito (Capital)	R\$ 253.179,00		R\$ 253.179,00			
198	Campanha Eleitoral - Governador	R\$ 759.539,00		R\$ 759.539,00			
criação de campanha							
199	Tema ou conceito de campanha institucional ou terceiro setor	R\$ 20.052,00		R\$ 20.052,00			
200	Tema ou conceito de campanha de varejo/produto	R\$ 14.467,00		R\$ 14.467,00			
201	Tema ou conceito de campanha institucional (Eventos/Festas)	R\$ 17.256,00		R\$ 17.256,00			
roteirização audiovisual e materiais complementares							
202	Affiliadas/Máquinas Eletrônicas - Até 7"	R\$ 1.452,00	R\$ 968,00	R\$ 2.420,00			
203	Documentário - De 3 a 5 minutos	R\$ 6.692,40	R\$ 4.451,60	R\$ 11.154,00			
204	Documentário - De 5 a 15 minutos	R\$ 11.634,20	R\$ 7.342,80	R\$ 19.357,00			
205	Carta-mensagem	R\$ 18.069,00	R\$ 17.086,40	R\$ 30.116,00			
206	Áudio ou Spot para rádio 30"	R\$ 11.136,16	R\$ 1.674,24	R\$ 2.790,40			
207	Áudio ou Spot para rádio 60"	R\$ 1.395,20	R\$ 2.092,80	R\$ 3.488,00			
208	Áudio ou Spot para carro de som	R\$ 1.344,00	R\$ 2.616,00	R\$ 4.360,00			
209	Single 30"	R\$ 1.744,00	R\$ 2.616,00	R\$ 4.360,00			
210	Single 60"	R\$ 2.186,60	R\$ 3.270,00	R\$ 5.456,60			
211	Jingle de 60" com adaptação para 30"	R\$ 2.616,00	R\$ 3.924,00	R\$ 6.540,00			
212	Merchandising ou Product Placement - até 30"	R\$ 1.480,20	R\$ 986,60	R\$ 2.467,00			
213	Merchandising ou Product Placement - até 60"	R\$ 2.469,00	R\$ 1.646,00	R\$ 4.115,00			
214	Merchandising ou Product Placement - maior que 60"	R\$ 4.904,40	R\$ 3.269,60	R\$ 8.174,00			
215	Filme para TV/Internet - 15"	R\$ 1.571,00	R\$ 1.316,00	R\$ 3.290,90			
216	Filme para TV/Internet - 30"	R\$ 3.291,60	R\$ 2.194,40	R\$ 5.486,00			
217	Filme para TV/Internet - 60"	R\$ 6.502,80	R\$ 4.360,40	R\$ 10.901,00			
218	Filme para TV/Internet - Maior que 60"	R\$ 9.156,00	R\$ 6.106,00	R\$ 15.260,00			
219	Storyboard - per quadro	R\$ 304,60	R\$ 203,20	R\$ 508,00			
serviços de web (valores avulsos)							
220	Layout para animação de filme para TV/Internet - 15"	R\$ 1.698,00		R\$ 1.698,00			
221	Layout para animação de filme para TV/Internet - 30"	R\$ 2.827,20		R\$ 2.827,20			
222	Layout para animação de filme para TV/Internet - 60"	R\$ 3.755,60		R\$ 3.755,60			
223	Layout para animação de filme para TV/Internet - Maior que 60"	R\$ 5.219,00		R\$ 5.219,00			
criação							
224	Anúncio institucional para Rede Social	R\$ 994,80	R\$ 1.144,20	R\$ 762,80			
225	Anúncio Promocional/Varejo para Rede Social	R\$ 1.032,00		R\$ 688,40			
226	Super banner ou Full Banner Estático	R\$ 1.468,80		R\$ 979,20			
227	Super banner ou Full Business Flash/Checkvave ou Gif animado	R\$ 1.239,60		R\$ 826,40			
228	Super banner ou Full Banner Expandível	R\$ 1.713,00		R\$ 1.142,00			
229	Super banner ou Full Banner Expandível em flash	R\$ 968,00		R\$ 644,00			
230	Half Banners Reduzir 40% do Full Banner	R\$ 1.348,80		R\$ 899,20			
231	Skycraper (Lateral completa) estático	60% do Full Banner					
232	Skycraper Lateral (completa) em flash	R\$ 888,60		R\$ 597,40			
233	Half Skycraper Reduzir	R\$ 1.468,80		R\$ 979,20			
234	Pop Up Estático	R\$ 1.016,40		R\$ 673,60			
235	Pop Up Animado (HTML ou Flash)	R\$ 583,80		R\$ 389,20			
236	Animado: Pôster ou decora. formatos em DHTML	R\$ 775,20		R\$ 516,80			
237	Botom Estático	R\$ 3.177,50		R\$ 2.211,60			
238	Botom Animado (Flash ou Gif animado)	R\$ 740,00		R\$ 1.110,00			
239	Quelques: formato com rich media	R\$ 692,00		R\$ 1.098,00			
240	Stories para redes sociais						
241	Push notifications						
242	ADAPTAÇÃO DE REPRODUÇÃO PARA OUTROS FORMATOS (CITADOS ACIMA) Produzir e controlar qualquer formato, sob a adaptação para outros formatos 50% do valor da peça original						50% do valor da peça
EMAIL MARKETING E/OU NEWSLETTER DIGITAL							
promover produto/serviço/marca/evento, etc. (Promocional)							
243	Criação de peça (texto e arte) - peça estática	R\$ 952,80		R\$ 635,20			
244	Criação de peça (texto e arte) - Peça em HTML Produção do layout com conteúdo produzido a partir de um briefing detalhado de cliente.	R\$ 1.713,40		R\$ 1.143,00			

- 265 **PRODUÇÃO DE CONTEÚDO MULTIMÍDIA** - Vídeos para YouTube, fotos, podcasts etc. **Sob consulta (por volume e qualidade de produção)** **R\$ 850,00**
- 266 **STICKERS e GIFS ANIMADOS** para apps e redes sociais. **R\$ 850,00**
- 267 **SEEDING** - Prática utilizada para divulgar produtos e serviços nas redes sociais em ambientes que estão se preparando ao consumo desta informação. **R\$ 3.652,00 (mensais)**
- GESTÃO DE PRESENÇA**
 - **RELACIONAMENTO DOS CANAIS SOCIAIS** - Responder comentários, mensagens em mídias sociais e-mails enviados por esses canais
 - **ANÁLISE E MÉTRICAS DOS CANAIS** - Analisar métricas da marca, repercussão das ações e gerar relatórios para o cliente, é rotado, principalmente, com base no volume de presença da marca (seguinte, médio e grande).

- 268 **LINKS PATROCINADOS**
 - **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\$ 2.496,00**
 - **GESTÃO DE CAMPANHA** - Acompanhamento e performance das palavras-chave, cliques e resultados, sugerindo ações de ajustes e correções - se necessárias - com geração de relatórios. **R\$ 2.496,00 (mensais ou 15% de verba disponível)**

- 269 **SEO**
 - **PLANEJAMENTO** - Análise e definição estrutural do site, estratégia de utilização de palavras-chaves. E rotado, principalmente, com base na estrutura, no porte e na tecnologia do site. **R\$ 2.496,00**
 - **GESTÃO** - Execução do planejamento, ajustes na estrutura e construção de links externos (relacionamentos na web), acompanhamento de resultados e métricas. **R\$ 1.251,00**

- 270 **ADVERGAMES** (Utilização de jogo para promover uma marca, produto ou serviço)
 - **PLANEJAMENTO** - Criação de game design, document, descrevendo jogabilidade, plataformas, interação com a marca. **R\$ 12.480,00**
 - **GAME ONLINE STANDARDD** - Jogo pré-pronto que são apenas customizados para a marca ou produto (não necessita de planejamento). **R\$ 9.991,00**

- 274 **MOBILE** - Jogos feitos para plataformas mobile, em que o valor do desenvolvimento depende da quantidade de adaptações para diferentes dispositivos.
- 275 **GAME ORIENTE ORIGINAL** - Jogos feitos sob demanda para uma marca ou produto, conteúdo jogabilidade exclusiva para determinadas ações.
- 276 **SOCIAL GAME (JOGOS PARA REDES SOCIAIS)** - Jogos feitos sob demanda para uma marca ou produto que contam com recursos e funcionalidades de socialização
- 277 **PLANEJAMENTO DE ADVERTISING IN GAME** - Planejamento para concepção de mídia por ações especiais dentro de um jogo já desenvolvido e estabelecido no mercado.

Obs.: A contratação de preços depende da quantidade de requisições definidas

HORA /PROFISSIONAL

- 278 Presidente
- 279 Vice-Presidente
- 280 Diretor de contas
- 281 Diretor de atendimento
- 282 Atendimento
- 283 Diretor de arte
- 284 Redator
- 285 Planejamento
- 286 Prossutor Gráfico
- 287 Mídia

Handwritten signature

Nota: O conteúdo deste material foi elaborado em caráter informativo, não constitui oferta de serviços, nem recomendação de produtos ou serviços. O conteúdo deste material foi elaborado em caráter informativo, não constitui oferta de serviços, nem recomendação de produtos ou serviços. O conteúdo deste material foi elaborado em caráter informativo, não constitui oferta de serviços, nem recomendação de produtos ou serviços.

SINAPRO PARAÍBA

Nauba

[Facebook.com/SinaproPb](https://www.facebook.com/SinaproPb)

(33) 9 8755-5900
sinaproparaiiba@yahoo.com.br

www.sinapropb.com.br