



MINUTA 3

Modalidade: Tomada de Preços

Tipo: Técnica e Preço

EDITAL DE TOMADA DE
PREÇOS N/____ PARA A
PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS
DE PUBLICIDADE E
PROPAGANDA PARA
ATENDER A _____, SOB
O REGIME DE EMPREITADA
POR PREÇO GLOBAL.

A _____ do Estado _____, por meio da
Comissão Permanente de Licitação da Secretaria _____ de Administração,
nomeada pela Portaria nº. ____/____ do (a) _____, publicada em
____/____/____, com sede na _____, nº. _____, na cidade de
_____, estado de _____, denominada simplesmente CPL, torna



público, para conhecimento dos interessados que, de acordo com a Lei Federal nº. 8.666/93, de 21/06/93 e suas alterações, fará realizar licitação na modalidade **TOMADA DE PREÇOS**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, conforme processo nº. _____/_____, objetivando a contratação de empresas para prestação de serviços de publicidade e propaganda, na forma de execução indireta, sob regime de empreitada por preço global, observados os termos da Lei nº. 4.680, de 18.06.65; do Decreto nº. 57.690, de 01.02.66; do Decreto nº. 4.563, de 31/12/2002; das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do **CENP** (Conselho Executivo das Normas-Padrão), e de acordo com o disposto no presente Edital e respectivos anexos, que dele passam a fazer parte integrante, para todos os efeitos.

O recebimento dos envelopes referentes à documentação, proposta técnica e proposta de preços, dar-se-á no endereço acima, das _____às _____horas do dia ____ de _____ de _____.

CAPÍTULO I – DO OBJETO E DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS

1.1. O objeto desta licitação é a contratação de ____ (_____) empresa(s) para prestação de serviços de publicidade e propaganda, compreendendo planejamento, estudo, pesquisa, criação, produção, distribuição de materiais publicitários à veiculação e controle de resultados de campanhas publicitárias e institucionais, que sejam de interesse do _____ de _____.

1.2. Os serviços acima indicados serão concretizados através de:



- 1.2.1 assessoramento e apoio na execução de ações de divulgação e de promoção;
- 1.2.2 estudo, concepção, execução e distribuição de peças e campanhas publicitárias e materiais de cunho informativo e/ou educativo, impressos e eletrônicos;
- 1.2.3 programas de comunicação institucional;
- 1.2.4 programas de apoio informativo e/ou educacional, relativos a eventos de interesse da Administração;
- 1.2.5 comunicados em geral;
- 1.2.6 desenvolvimento de pesquisas de opinião e de mercado;
- 1.2.7 assessoramento no desenvolvimento de produtos e serviços;
- 1.2.8 elaboração de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos de programação visual;
- 1.2.9 demais iniciativas no campo da informação, da divulgação, da publicidade e da propaganda.

CAPÍTULO II – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

- 2.1. A despesa com o Contrato correrá à conta dos recursos específicos consignados no Orçamento do _____ constante(s) na(s) seguinte(s) dotação (ões):



CAPÍTULO III – DOS TERMOS DE REFERÊNCIA

- 3.1. Compete à empresa fazer um minucioso exame das condições gerais desta Concorrência, dos **ANEXOS**, das normas e especificações fornecidas pelo _____, de modo a poder apresentar, por escrito, até o segundo dia útil que anteceder a abertura dos envelopes com as propostas, todas as divergências, dúvidas ou erros porventura encontrados, para a devida correção ou esclarecimentos. Observado o prazo legal, o licitante poderá formular consultas por e-mail: _____ ou por telefax (____) _____, informando o número do edital citado no preâmbulo.
- 3.2. Não serão levadas em consideração, tanto na fase de habilitação e classificação, como na fase posterior à adjudicação, quaisquer consultas, pleitos ou reclamações, que não tenham sido formuladas por escrito e devidamente protocoladas ou transcritas em ata. Em hipótese alguma serão aceitos entendimentos verbais entre as partes.
- 3.3. O prazo de vigência do Contrato será de 12 meses, contados a partir da data de sua assinatura e sua eficácia dar-se-á após a publicação, na forma da lei, podendo ser prorrogado no interesse da Administração, na forma do art. 57, II da Lei nº. 8.666/93 e suas alterações.
- 3.4. O prazo de validade das Propostas deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias consecutivos, contados do primeiro dia útil posterior à data de abertura dos envelopes da Habilitação.



- 3.5. Condições de pagamento: os pagamentos serão realizados em conformidade com o Capítulo XIII deste Edital.
- 3.6. O início da prestação dos serviços dar-se-á em até, no máximo, 05 (cinco) dias consecutivos após o recebimento da Autorização de Serviços.
- 3.7. Para a assinatura do Contrato, fica fixado o prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da data da convocação por parte do _____.
- 3.8. O representante da empresa deverá apresentar, juntamente com a carteira de identidade:
- a) se procurador, procuração pública ou particular com pelo menos os poderes do modelo que constitui o Anexo VI;
 - b) se representante legal, contrato social ou estatuto, com ata da eleição como diretor da empresa licitante.

CAPÍTULO IV – DO VALOR DO CONTRATO E CONDIÇÕES DE REAJUSTE

- 4.1. O limite de despesas para o contrato será de R\$ _____ (_____).
- 4.2. O valor supra será irrevogável pelo período de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura do Contrato. Caso o Contrato venha a ser prorrogado, admite-se o reajustamento pela variação do IPCA/IBGE.



- 4.3. Na hipótese de extinção do índice indicado, utilizar-se-á outro que vier a substituí-lo.

CAPÍTULO V – DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

- 5.1. Somente poderão participar desta licitação as empresas qualificadas como agências de propaganda nos termos do disposto no art. 3º da Lei Federal nº. 4.680/65, legalmente constituídas, que atenderem às condições deste Edital e apresentarem a documentação nele exigida.
- 5.2. É vedada a participação de consórcio de empresas.
- 5.3. Não poderá participar desta licitação a empresa que tenha sido declarada inidônea por quaisquer órgãos da Administração Pública ou que esteja cumprindo suspensão do direito de licitar e de contratar com os órgãos da Administração Pública de _____.
- 5.4. Não poderá participar da presente licitação as empresas das quais servidor do (a) _____ seja gerente, acionista controlador, responsável, técnico ou subcontratado.
- 5.5. As empresas participantes deste certame deverão satisfazer as condições expressas no presente Edital, seus Anexos e legislação pertinente.
- 5.6. É vedada a participação das agências com controle acionário ou diretivo pertencente, direta ou indiretamente, a veículo de comunicação ou a pessoa física que participe direta ou indiretamente do controle acionário ou diretivo do veículo.



- 5.7. Antes de ser processada a licitação, a Comissão Permanente de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, modificar este edital e seus anexos, bem como adiar ou prorrogar o prazo para recebimento das propostas, devendo publicar, nos mesmos veículos nos quais foi publicado o **AVISO** da presente Concorrência, as alterações feitas, que, se interferirem na formulação das propostas provocarão a reabertura do prazo inicialmente estabelecido.
- 5.8. A participação na presente Concorrência implica na aceitação plena e irrevogável das condições constantes neste edital e seus anexos.
- 5.9. As licitantes respondem pela fidelidade e legitimidade dos documentos apresentados em todas as etapas desta Concorrência.
- 5.10. A Comissão Permanente de Licitação dirimirá as dúvidas sobre este edital desde que apresentadas pelos representantes legais das licitantes, por carta ou fac-símile, até 02 (dois) dias antes do dia fixado para recebimento dos envelopes na _____, nº. _____, na cidade de _____ - _____.
- 5.10.1 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos apenas por escrito, se possível pelas mesmas vias, ressalvado que será dado conhecimento das consultas e respostas a todas as empresas que tenham retirado o edital.

CAPÍTULO VI – DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO E DAS PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇOS



- 6.1. As licitantes deverão entregar no dia, hora e local definidos no preâmbulo deste Edital, à Comissão Permanente de Licitação, sua documentação, sua proposta técnica e sua proposta comercial em 03 (três) envelopes separados, opacos e indevassáveis, contendo na parte externa os seguintes dizeres:

ENVELOPE Nº. 01 – HABILITAÇÃO

Comissão Permanente de Licitação
Razão Social Completa da Licitante
Ref. TOMADA DE PREÇOS Nº. ____/____

ENVELOPE Nº. 02 – PROPOSTA TÉCNICA

Comissão Permanente de Licitação
Razão Social Completa da Licitante
Ref. TOMADA DE PREÇOS Nº. ____/____.

ENVELOPE Nº. 03 – PROPOSTA DE PREÇOS

Comissão Permanente de Licitação
Razão Social Completa da Licitante
Ref. TOMADA DE PREÇOS Nº. ____/____.



- 6.2. Os envelopes de **HABILITAÇÃO** serão abertos logo após o término do prazo para a entrega dos mesmos, em sessão pública, da qual será lavrada ata circunstanciada, mencionando os participantes e todos os dados que interessarem ao julgamento desta licitação.
- 6.3. Expirado o horário para a entrega dos envelopes, nenhum outro documento será aceito pela Comissão Permanente de Licitação.
- 6.4. Os documentos retirados do envelope **HABILITAÇÃO** serão rubricados por todas as licitantes presentes e pelos membros da Comissão Permanente de Licitação, permitindo-se o exame dos mesmos no local.
- 6.5. O resultado da **HABILITAÇÃO** será comunicado às licitantes após o encerramento dessa primeira fase dos trabalhos, na forma da lei. Havendo renúncia expressa de todas as licitantes a qualquer recurso contra o julgamento da **HABILITAÇÃO**, os envelopes **PROPOSTA TÉCNICA** das licitantes habilitadas poderão ser abertos imediatamente após encerrados os procedimentos relativos àquela fase, caso contrário, a CPL marcará nova data para sua abertura, observado o artigo 109 da Lei nº. 8.666/93.
- 6.6. Após a abertura dos envelopes contendo a **PROPOSTA TÉCNICA**, a Comissão Permanente de Licitação encaminhará o processo à **COMISSÃO TÉCNICA ESPECIAL**, para análise dos aspectos técnico-publicitários e elaboração do relatório, que consistirá em:
 - I – descrição exata da metodologia de trabalho adotada pela Comissão no julgamento das propostas em cada quesito, com indicação clara dos critérios adotados;



- II - documentos individuais, relativos a cada membro da Comissão (com as notas atribuídas a cada quesito de cada proposta), onde constará o nome do respectivo membro da Comissão e sua assinatura;
 - III - resumo geral das notas finais de cada membro da Comissão, para cada proposta;
 - IV – cópia das propostas técnicas classificadas, excluídos os repertórios e os relatos de soluções de problemas de comunicação (*cases histories*);
 - V - indicação dos casos de desclassificação, se houver, e das suas razões;
 - VI - cópias dos recursos interpostos, se houver, e das decisões tomadas, com as justificativas utilizadas;
 - VII - outros documentos pertinentes ao processo, a critério da Comissão.
- 6.7. O resultado do julgamento das propostas técnicas será comunicado às licitantes na forma da Lei, ressaltando que a Comissão Permanente de Licitação marcará nova data para a abertura dos envelopes **PROPOSTA DE PREÇOS** das licitantes classificadas na fase anterior.
- 6.8. Os envelopes de **PROPOSTA TÉCNICA** e **PROPOSTA DE PREÇOS** das licitantes desclassificadas serão devolvidos, devidamente lacrados, aos respectivos proponentes, desde que tenham decorridos os prazos recursais relativos às respectivas fases e não tenha havido recursos, ou após a denegação destes.



- 6.9. Os recursos serão processados e julgados nos termos do artigo 109 da Lei nº. 8.666/93 e suas alterações.
- 6.10. É facultada à Comissão Permanente de Licitação, em qualquer fase dos trabalhos, a promoção de diligência destinada a esclarecer e/ou a complementar a instrução do processo, não sendo aceito inclusão de quaisquer documentos, observado o item 6.3.
- 6.11. Qualquer licitante, através de seu representante legal, poderá fazer constar em ata seus protestos, ficando a critério dos membros da Comissão Permanente de Licitação considerá-los ou não, não possuindo, todavia, efeito de recurso, que tem seu próprio procedimento.

CAPÍTULO VII – DO RECEBIMENTO E ABERTURA DOS ENVELOPES DE HABILITAÇÃO, PROPOSTA TÉCNICA E PROPOSTA DE PREÇOS

- 7.1. Para a habilitação, os interessados deverão apresentar em via original, por qualquer processo de cópia devidamente autenticada por cartório competente ou por servidor da Administração Pública de _____, ou publicação em órgão da imprensa oficial, observado o disposto art. 32 da Lei nº. 8.666/93, a documentação abaixo indicada:
- a) Certificado de Registro Cadastral (CRC) expedido por _____ ou por qualquer outro órgão público, dentro do prazo de validade, desde que o CRC tenha sido emitido com observância das regras estabelecidas na supra citada Lei;



- a.1) A licitante que não tiver o Certificado referido na alínea “a” e que atender a todas as condições de cadastramento, poderá promovê-lo até 03 (três) dias antes da data de recebimento dos envelopes, na forma prevista no artigo 22, §2º da Lei nº. 8.666/93;
- b) Declaração da não-existência de fato superveniente impeditivo da habilitação, bem como de suspensão temporária de contratar com a Administração Pública (Anexo III);
- c) Comprovante de Certificação pelo **CENP**, dentro do prazo de validade;
- d) Apresentação de 03 (três) atestados emitidos por pessoa jurídica de direito público ou privado que comprovem a prestação de serviços com características similares às do objeto desta licitação, dentro do prazo de 60 (sessenta) dias contados da data de emissão;
- e) Declaração do Sindicato das Agências de Propaganda do local da sede da licitante, comprovando estar a licitante regular com o recolhimento da Contribuição Sindical Patronal;
- f) Se a licitante não estiver sediada no local em que ocorrer a licitação, apresentação de Termo de Compromisso de que instalará um escritório em _____, no prazo máximo de 30 (trinta) dias consecutivos, contados da data de assinatura do Contrato, se for a vencedora;
- g) Declaração de não-emprego de menor pela empresa licitante (Anexo IV).



7.1.1. Não será aceita documentação fora do prazo de validade.

7.2. DA PROPOSTA TÉCNICA

7.2.1. A Proposta Técnica, consistirá de um texto que, no total, não poderá exceder a 21 (vinte e uma) páginas (utilizar preferencialmente tipografia arial, sem condensação e entrelinhamento simples) e compor-se-á de 04 (quatro) quesitos:

7.2.1.1 Capacidade de Atendimento:

- a) sob a forma de textos, a licitante apresentará:
 - a.1) sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos máximos a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de campanha, criação de peças avulsas, produção de publicidade legal e elaboração de Plano de Mídia;
 - a.2) a discriminação das informações de comunicação que colocará regularmente à disposição do(a) _____ sem ônus adicional, durante a execução do contrato;
 - a.3) relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante, com a especificação do período de atendimento de cada um deles.

7.2.1.2 Repertório:



- a) apresentação de um conjunto de trabalhos, produzidos e veiculados pela licitante, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver;
- b) a licitante poderá apresentar até 02 (duas) peças para cada um dos seguintes meios de veiculação: TV, rádio, revista e jornal;
- c) cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação da licitante, data de produção, período de veiculação e a indicação de pelo menos 02 (dois) veículos que a divulgaram;
- d) os vídeos deverão ser fornecidos em DVD e os *spots* e/ou *jingles*, em CD (compact disc);
- e) não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos, condenados pela Legislação da Propaganda, nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.

7.2.1.3. **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:**

- a) deverão ser apresentados até 02 (dois) cases, relatando, em no máximo (03) três páginas cada, sob a forma de texto descritivo, os problemas enfrentados, as soluções encontradas, formalmente referendados pelos respectivos anunciantes, permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças de qualquer tipo para cada relato.

7.2.1.4 **Plano de Comunicação:**



7.2.1.4.1. a licitante apresentará Plano de Comunicação, elaborado com base no *briefing* (Anexo I), o qual compreenderá os seguintes quesitos:

- a) **raciocínio básico:** texto de, no máximo, 03 (três) páginas, em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre o (a) _____, suas necessidades de comunicação, suas linhas de atuação, de acordo com as informações apresentadas no *briefing* (Anexo I);
 - b) **estratégia de comunicação publicitária:** texto de, no máximo, 03 (três) páginas, em que a licitante apresentará o conceito e o partido temático que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a comunicação do (a) _____ e defenderá essa opção;
 - c) **idéia criativa:** texto em que a licitante se limitará a apresentar a síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não assumir a forma de um slogan passível de ser utilizado em ações de comunicação do (a) _____. A idéia criativa deve constituir uma proposta de solução para o problema específico de comunicação;
- c.1) como parte do quesito idéia criativa, a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução para o problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com a redução de mensagem de que trata o parágrafo anterior. Os exemplos de peças só podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout, *storyboard* impresso ou “monstro” de *spot* de rádio, com ou sem



música, limitados a uma peça para cada meio (convencional ou não convencional) de veiculação proposto pela licitante.

d) **estratégia de mídia:** texto de, no máximo, 03 (três) páginas (não computados o plano de distribuição das peças e as tabelas), em que a licitante deverá, de acordo com as informações do *briefing* e com a verba colocada como referencial para a campanha (subitem 7.2.1.4.2):

d.1) demonstrar capacidade para atingir e sensibilizar os principais públicos-alvos da campanha;

d.2) indicar o uso dos recursos de comunicação próprios do(a) _____, se houver.

7.2.1.4.2 No cálculo da distribuição dos custos para a produção e veiculação da campanha de que trata o subitem 7.2.1.4, a licitante utilizará como referencial uma verba de R\$ _____ (_____ reais) para uma campanha educativa/informativa sobre as ações do (a) _____ em relação ao _____. Fica a critério da licitante a definição do período de veiculação e das praças/estados a serem considerados na simulação de mídia. A licitante deverá evidenciar a utilização dos recursos mediante a apresentação de distribuição percentual de verba disponível, nas rubricas de estudo e pesquisa, produção e veiculação, justificando a aplicação.

7.3. **DA PROPOSTA DE PREÇOS**



- 7.3.1 A Proposta de Preços deverá ser elaborada em conformidade com as condições estabelecidas neste Edital (Anexo V), digitada, sem emendas, rasuras ou entrelinhas que venham a ensejar dúvidas, reconhecendo assim, a plena aceitação e aplicação das normas e critérios deste Edital e conter os seguintes elementos:
- 7.3.1.1 a validade da proposta, que deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias consecutivos, contados do primeiro dia útil posterior à data de abertura da licitação;
- 7.3.1.2 a CPL não considerará as propostas que não atenderem a todas as exigências desse edital e as condições da licitação;
- 7.3.1.3 a Proposta de Preços deverá ser apresentada conforme descrito nas alíneas “a”, “b”, “c” e “d” do subitem 7.3.1.4;
- 7.3.1.4. a Proposta de Preços compreenderá:
- a) percentual de **desconto** sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de _____, limitados a 30% (trinta por cento);
 - b) percentual de **honorários** incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, com limite máximo de 15% (quinze por cento);



- c) percentual de **honorários** incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição **não** proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, com limite máximo de 15% (quinze por cento);

- d) percentual de **honorários** incidente sobre os custos de contratação ou pagamento de serviços ou suprimentos, quando a responsabilidade da agência limitar-se exclusivamente a supervisão do mesmo, estabelecendo-se como limite o máximo de 10% (dez por cento);

7.3.1.5 de conformidade com o montante do investimento de mídia, a licitante vencedora repassará ou não, à _____ um percentual do desconto de Agência por ela recebido dos Veículos, segundo o estabelecido no Anexo B das Normas-Padrão da Atividade Publicitária tuteladas pelo **CENP**;

7.3.1.5.1 caso alguma participante conceda desconto ou proponha honorários acima dos limites estabelecidos, ou em desconformidade com as Normas-Padrão, será desclassificada;

7.3.1.6. declaração na qual a licitante:

7.3.1.6.1 estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pelo (a) _____ na reutilização de materiais publicitários:

- a) a atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que o valor inicialmente contratado



poderá ser repactuado, até o equivalente aos valores praticados pelo mercado em situação igual, desde que decorrido pelo menos 01 (um) ano da cessão original;

- b) aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas a peças, sobre o valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser repactuado, até o equivalente aos valores praticados pelo mercado em situação igual, desde que decorrido pelo menos 01(um) ano da cessão original dos direitos;

7.3.1.7. tratará a questão dos direitos autorais, estabelecendo:

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

- a) o compromisso de, em todas as contratações que envolverem direitos de terceiros, solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado, 02 (dois) orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva tais direitos, para que o (a) _____ escolha uma das opções;
- b) que, nos casos de cessão de direitos por tempo limitado, condicionará, sempre que necessário, a contratação de serviços com



terceiros por período mínimo de 12 (doze) meses e que utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão;

c) o compromisso, quando o (a) _____ 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, cláusulas escritas que:

c.1) explicitem a cessão total e definitiva por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, a produção e a direção, a composição, o arranjo e a execução de trilhas sonoras, as matrizes e demais trabalhos assemelhados;

c.2) estabeleçam que o(a) _____ poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos, diretamente, sem modificações, após o término do contrato ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;

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

7.3.1.9 o compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos;



- 7.3.1.10 o compromisso de sempre negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes das declarações referidas no item 7.3.1.6.1, “a” e “b”, para os direitos de imagem de som e de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias pela _____;
- 7.3.1.11 Garantirá a transferência ao (a) _____ de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a Veículos e a Fornecedores.

CAPÍTULO VIII – DA AVALIAÇÃO, JULGAMENTO E CLASSIFICAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

- 8.1. **Serão desclassificadas as propostas técnicas que:**
- 8.1.1 não atenderem às disposições contidas neste Edital;
- 8.1.2 não alcançarem, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- 8.1.3 obtiverem nota 0 (zero) em quaisquer dos quesitos a que se referem os itens 8.2.1 e 8.2.4;
- 8.2. O julgamento da **PROPOSTA TÉCNICA**, será feito por uma **COMISSÃO ESPECIAL**, designada por _____.



8.3. Serão levados em conta pela **COMISSÃO TÉCNICA ESPECIAL**, sendo justificado cada ponto atribuído, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito:

8.3.1 **Capacidade de Atendimento:**

- a) pertinência da sistemática de atendimento e a adequação dos prazos máximos indicados na proposta, às necessidades do (a) _____;
- b) as informações e comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do (a) _____, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato;
- c) a operacionalidade do relacionamento entre o (a) _____ e a licitante, esquematizado na Proposta.

8.3.2. **Repertório:**

- a) a idéia criativa e sua pertinência;
- b) a clareza da exposição;
- c) a qualidade da execução e do acabamento.

8.3.3. **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:**

- a) a concatenação lógica da exposição;



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

8.3.4. **Plano de Comunicação**

8.3.4.1. **Raciocínio Básico** – a acuidade de compreensão:

- a) das características do (a) _____ e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do (a) _____ com seus públicos;
- c) do papel do (a) _____ no atual contexto social, político e econômico;
- d) do problema específico de comunicação do (a) _____.

8.3.4.2. **Estratégia de Comunicação Publicitária:**

- a) a adequação do conceito e do partido temático propostos à natureza e qualificação do (a) _____ e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação;



- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;
- c) A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do(a) _____ com seus públicos.

8.3.4.3. **Idéia Criativa:**

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação do (a) _____;
- b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) sua pertinência às atividades do (a) _____ e à sua inserção na sociedade;
- g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) a compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.

8.3.4.4. **Estratégia de Mídia:**



- a) o conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às 02 (duas) alíneas anteriores;
- d) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- e) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do (a) _____.

8.4. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 80 (oitenta) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir:

- a) capacidade de atendimento – **12 (doze) pontos (sendo, no máximo, 04 (quatro) pontos para cada item especificado no subitem 8.3.1);**
- b) repertório - **12 (doze) pontos (sendo, no máximo 04 (quatro) pontos para cada item especificado no subitem 8.3.2);**
- c) relatos de soluções de problemas de comunicação – **06 (seis) pontos (sendo, no máximo, 1,5 (um e meio) pontos para cada item especificado no subitem em 8.3.3);**
- d) plano de comunicação – **50 (cinquenta) pontos a serem distribuídos da forma abaixo indicada:**



- d.1) raciocínio básico – **08 (oito) pontos (sendo, no máximo, 02 (dois) pontos para cada item especificado no subitem 8.3.4.1);**
 - d.2) estratégia de comunicação publicitária – **21 (vinte e um) pontos (sendo, no máximo 07 (sete) pontos para cada item especificado no subitem 8.3.4.2);**
 - d.3) idéia criativa – **16 (dezesesseis) pontos (sendo, no máximo, 02 (dois) pontos para cada item especificado no subitem 8.3.4.3.).**
 - d.4) estratégia de mídia – **05 (cinco) pontos (sendo, no máximo, 01 (um) ponto para cada item especificado no subitem 8.3.4.4).**
- 8.4.1. A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Comissão responsável pela análise técnica e será calculada com 01 (uma) casa decimal após a vírgula.
- 8.4.2 Será classificada em primeiro lugar, na fase da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação no somatório das notas dos quesitos e as demais serão classificadas por ordem decrescente.

CAPÍTULO IX – DA AVALIAÇÃO, JULGAMENTO E CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS.

- 9.1. O julgamento desta licitação será feito pelo critério de Técnica e Preço, valorados os percentuais de honorários.



- 9.2. Serão desclassificadas as propostas que:
- 9.2.1 não atenderem às disposições contidas neste Edital;
 - 9.2.2 apresentarem valor simbólico, irrisório ou valor zero;
 - 9.2.3 apresentarem vantagens baseadas nas ofertas dos demais licitantes;
 - 9.2.4 apresentarem valores superiores aos praticados no mercado;
 - 9.2.5 apresentarem percentual de desconto sobre os custos internos superior a 30% (trinta por cento), baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de (o) _____;
 - 9.2.6 apresentarem percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição proporcione ou não à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação.
 - 9.2.7 apresentarem percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) incidente sobre os custos de outros serviços incumbidos a terceiros, sob supervisão da licitante;
 - 9.2.8 apresentarem percentuais fora dos limites constantes do Anexo "B" das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.
- 9.3. A Comissão atribuirá notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme tabela a seguir:



Desconto / Honorários	Notas(N)
<p>Percentual de desconto sobre os custos internos, baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de (o) _____, limitados a 30% (trinta por cento).</p>	<p>N = 8,0 x desconto em percentual</p>
<p>Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, com limite máximo de 15% (quinze por cento).</p>	<p>N = 4,0 x (15,0 – Honorários em percentual)</p>
<p>Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos Veículos de divulgação, com limite máximo de 15% (quinze por cento).</p>	<p>N = 4,0 x (15,0 – Honorários em percentual)</p>
<p>Percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços incumbidos a terceiros, sob supervisão da licitante, estabelecendo limite máximo de 10% (dez por cento).</p>	<p>N = 4,0 x (10,0 – Honorários em percentual)</p>



- 9.3.1 as notas serão calculadas com 01 (uma) casa decimal.
- 9.4. A nota de cada proposta de preços será obtida mediante o somatório das notas dos quesitos constantes do item 9.3.
- a) A proposta de preços que obtiver o maior somatório das notas será considerada como a de menor preço.
- b) A classificação das propostas de preços será feita através da aplicação do critério de julgamento do menor preço final.
- 9.5. O cálculo da **NOTA FINAL** das propostas das licitantes será feito de acordo com a média ponderada das valorizações da Proposta Técnica e da Proposta de Preços, mediante aplicação da seguinte fórmula:
- $$NF = (80 \times NPT) + (20 \times NP)$$
- onde:
- NF = Nota Final
- NPT = Nota da Proposta Técnica
- NP = Nota da Proposta de Preços
- 9.6. Em caso de empate, a decisão será feita por sorteio, em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada na forma do artigo 45, §2º da Lei nº. 8.666/93.



- 9.7. Erros aritméticos serão retificados da seguinte forma: se houver discrepância entre os percentuais propostos, prevalecerá o montante por extenso; e se a licitante não aceitar a correção do erro, sua proposta será rejeitada.
- 9.8. A Comissão Permanente de Licitação lavrará ata dos trabalhos, apontando os fundamentos das inabilitações, desclassificações e seleções efetuadas.
- 9.9. Não serão levadas em consideração vantagens não previstas neste Edital, nem ofertas de redução sobre a proposta que melhor atenda aos interesses da Administração Pública _____.

CAPÍTULO X – DA HOMOLOGAÇÃO, ADJUDICAÇÃO E CONDIÇÕES PARA ASSINATURA DO CONTRATO

- 10.1 Após a homologação do resultado de licitação pelo _____, a adjudicação dos **SERVIÇOS** objeto desta licitação se efetivará através de Contrato a ser firmado com a empresa vencedora, de acordo com a Minuta constante do modelo **ANEXO II – MINUTA DO CONTRATO**, que define os direitos e obrigações da **CONTRATANTE** e da **CONTRATADA** e da qual farão parte o presente Edital e seus Anexos, independentemente de transcrição.
- 10.2 A empresa vencedora será convocada, por escrito, para a assinatura do respectivo Contrato, o que deverá fazê-lo no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis a partir da data da convocação. Se esta não aceitar assinar ou não retirar o instrumento contratual no prazo estabelecido, a Comissão Permanente de Licitação poderá convocar, na ordem de classificação final,



as licitantes remanescentes para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pela primeira classificada, ou revogar a licitação, independentemente das sanções administrativas previstas nos arts. 86 a 88 da Lei nº. 8.666/93 e suas alterações.

CAPÍTULO XI – DO PRAZO

- 11.1. O prazo de vigência do Contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura e sua eficácia dar-se-á após a sua publicação, na forma da lei, podendo ser prorrogado no interesse da Administração, na forma do art. 57, II da Lei nº. 8.666/93 e suas alterações, sendo que os serviços somente poderão ser iniciados a partir da emissão da Ordem de Serviço.

CAPÍTULO XII – DO ACOMPANHAMENTO E DA FISCALIZAÇÃO

- 12.1 A execução dos serviços será acompanhada pelo órgão requisitante ou pelo servidor responsável por esse acompanhamento, designado representante da Administração, nos termos do art. 67 da Lei nº. 8.666/93, o qual deverá atestar a realização dos serviços contratados, observado o Capítulo XIV deste Edital, sem o qual não será permitido qualquer pagamento.
 - 12.1.1. O órgão requisitante designará, formalmente, o servidor ou os servidores responsáveis pelo acompanhamento dos serviços, os quais são responsáveis pela atestação provisória e/ou definitiva dos mesmos, observados os artigos 73 e 74 da Lei nº. 8.666/93 e suas alterações.



- 12.2 Fica estabelecido que a fiscalização não terá qualquer poder para eximir a **CONTRATADA** de quaisquer obrigações previstas neste instrumento.
- 12.3. A fiscalização solicitará à **CONTRATADA** todas as informações e esclarecimentos necessários ao perfeito conhecimento e controle dos serviços.
- 12.4. A ação ou omissão, total ou parcial da fiscalização, não exime a Contratada de total responsabilidade pela suas obrigações trabalhistas e previdenciárias.
- 12.5. A fiscalização acompanhará a execução dos serviços, solucionando quaisquer casos concernentes a estes que forem de sua competência, levando-os ao conhecimento do responsável pela contratação.

CAPÍTULO XIII – REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS

- 13.1 A remuneração à **CONTRATADA** pelos serviços prestados será feita nos termos da Cláusula Sétima da minuta do Contrato, consoantes honorários estabelecidos em sua Proposta de Preços.
- 13.2 A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Sétima da minuta do Contrato (Anexo II).

CAPÍTULO XIV – SUPRESSÕES OU ACRÉSCIMOS



- 14.1. A **CONTRATADA** obrigará-se a aceitar os acréscimos e/ou supressões que se fizerem necessários nos serviços em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial contratado, atualizado, nos termos do art. 65, §1º da Lei nº. 8.666/93.
- 14.2. Com fulcro no art. 65, §2º da Lei nº. 8.666/93, as supressões não poderão exceder os limites acima mencionados, salvo as supressões resultantes de acordo celebrado entre as partes contratantes.

CAPÍTULO XV – DAS PENALIDADES

- 15.1. Mediante prévia autorização do _____, poderão ser aplicadas as seguintes sanções administrativas, garantida a ampla defesa e o contraditório:
- 15.1.1 **por atraso injustificado:**
- a) multa de 0,3% ao dia até o trigésimo dia, incidente sobre o valor da nota de empenho ou documento equivalente;
 - b) multa de 0,6% ao dia, a partir do 31º dia de atraso, incidente sobre o valor da nota de empenho ou documento equivalente, sem prejuízo da rescisão do contrato a partir do 60º dia de atraso;
- 15.1.2 **por infração a cláusula contratual que não gere inexecução do contrato:**



- a) multa de 5% sobre o valor da nota de empenho ou documento equivalente;

15.1.3. por inexecução total do contrato:

- a) advertência;
- b) multa de 20% sobre o valor total do contrato;
- c) suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com a Administração por prazo não superior a 02 (dois) anos;
- d) declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição, ou até que seja promovida a reabilitação da empresa desde que ressarcidos os prejuízos sofridos pela Administração e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base na alínea anterior.

15.1.4. multa de 20% sobre o valor do Contrato por recusa injustificada em receber ou retirar a nota de empenho ou documento equivalente, dentro do prazo de 05 (cinco) dias, contados da notificação.

15.2. O prazo para apresentação de defesa encontra-se indicado no art. 87, §§1º e 2º da Lei nº. 8.666/93.

CAPÍTULO XVI – DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS



- 16.1 Das decisões proferidas pela Comissão Permanente de Licitação, caberão recursos na forma do art. 109 da Lei nº. 8.666/93.

CAPÍTULO XVII – DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

- 17.1. A entrega das propostas implica na aceitação integral das cláusulas e condições da presente licitação.
- 17.2. Somente poderão tomar quaisquer decisões em nome das licitantes os representantes que comprovarem tal condição, por intermédio de documento próprio.
- 17.3. Poderão ser convidados a colaborar com a CPL, profissionais de reconhecida competência técnica, desde que não vinculados direta ou indiretamente a quaisquer das licitantes, e que comporão a **COMISSÃO TÉCNICA ESPECIAL**.
- 17.4. O (A) _____ se reserva o direito de revogar ou anular a presente licitação, nos casos previstos em lei.
- 17.5. Ocorrendo a inabilitação de todas as licitantes ou desclassificação de todas as propostas, a Administração poderá fixar às licitantes o prazo de 08 (oito) dias úteis para a apresentação de nova documentação ou de outras propostas escoimadas das causas que as levaram à inabilitação ou à desclassificação.
- 17.6. É facultada à Comissão Permanente de Licitação ou autoridade superior em qualquer fase desta Concorrência, a promoção de diligência destinada a



esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente da Proposta.

- 17.7. A supervisão e a coordenação dos serviços, objeto deste Edital, assim como o relacionamento com a **CONTRATADA**, são atribuições da _____.
- 17.8. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.
- 17.9. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o (a) _____ comunicará os fatos verificados ao Ministério Público, para as providências devidas.
- 17.10. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se o autor às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº. 8.666/93.
- 17.11. Antes do aviso oficial do resultado desta Concorrência, não serão fornecidas quaisquer informações referentes à adjudicação do Contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.
- 17.12. Com exceção daquelas apresentadas pela licitante que vier a ser contratada, as peças integrantes dos quesitos Repertório, Relatos de Solução de Problemas de Comunicação e Proposta Técnica serão devolvidas às respectivas licitantes, no prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis a partir da assinatura do Contrato. Decorrido esse prazo sem que



sejam retirados, o (a) _____ providenciará sua destruição.

17.13. A critério da Comissão Permanente de Licitação, todas as decisões referentes a esta Concorrência poderão ser divulgadas:

- a) nas reuniões de abertura de envelopes, se todas as licitantes estiverem presentes;
- b) no Diário Oficial do _____;
- c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

17.14. Todo o material produzido e pago pelo (a) _____ será de sua propriedade, ficando sua utilização sujeita às determinações da legislação aplicável a direitos autorais e a direitos de imagem.

17.15. Para fins desta concorrência, o *briefing* (Anexo I) atende às exigências do Projeto Básico a que se referem os arts. 11 e 12 da Lei nº. 8.666/93.

17.16. O (A) _____ recomenda que as licitantes elaborem suas Propostas de Preços tendo como referência as disposições contidas nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

17.17. Correrão por conta do (a) _____ as despesas que incidirem sobre a formalização do Contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº. 8.666/93.



17.18. Fica eleito o Foro da Comarca de _____, para dirimir quaisquer dúvidas oriundas do edital e futuro Contrato.

17.19. Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) Anexo I – Briefing;
- b) Anexo II - Minuta de Contrato;
- c) Anexo III - Declaração de Inexistência de Superveniência de Fatos Impeditivos;
- d) Anexo IV - Declaração de Inexistência de Empregado Menor na Empresa Licitante;
- e) Anexo V – Planilha de Preços Sujeitos a Valoração;
- f) Anexo VI – Minuta de Carta Credencial.

Data

NOME COMPLETO

Presidente da CPL



ANEXO I

BRIEFING

(Consultar o item 3.3 da Cartilha de Licitação)



ANEXO V

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

TOMADA DE PREÇOS Nº. ____/____

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

- a) desconto a ser concedido à _____, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda: ____% (_____por cento);
- b) honorários a serem cobrados da _____ referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros: ____% (_____por cento);
- c) honorários a serem cobrados da _____, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição **não** nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação,



incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros: _____% (_____por cento);

- d) honorários a serem cobrados da _____, incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros, referentes, entre outros, ao desenvolvimento de pesquisas de mercado e de opinião, à elaboração e registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos de programação visual: _____% (____por cento);
- e) de conformidade com os investimentos de mídia, feitos pela _____, repassaremos (ou não) um percentual do desconto de Agência concedido pelos Veículos, segundo o estabelecido no Anexo B à Convenção Nacional Tripartite denominada “Normas-Padrão da Atividade Publicitária”, tutelada pelo **CENP**.

_____, _____ de _____ de _____

(nome da licitante)

Representante legal