

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 016/2018
EDITAL DE CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2018.
TÉCNICA E PREÇO

O MUNICÍPIO DE SELVÍRIA/MS, pessoa jurídica de direito público interno, inscrita no CNPJ/MF sob n.º 15.410.665/0001-40, com sede na Avenida João Selvírio de Souza, 997, fone (67) 3579-1242, nesta cidade de Selvíria/MS, neste ato devidamente representado pelo Prefeito, JOSÉ FERNANDO BARBOSA DOS SANTOS, torna público que às **08h00m do dia 12 de abril de 2018**, realizará procedimento licitatório, na modalidade de Concorrência Pública, do tipo “técnica e preço”, sob o regime de execução indireta de empreitada por preço global, que será regida pela Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações posteriores, pelas normas constantes deste edital e disposições específicas contidas na Lei Federal n. 12.232, de 29 de abril de 2010, Lei n. 4.680, de 18 de junho de 1965, no Decreto Federal nº 57.690, de 01 de fevereiro de 1966, no Decreto Federal nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002, nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária e do Relacionamento Comercial Entre Anunciantes, Agências de Publicidade e Veículos de Comunicação, no Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e suas alterações, bem como no Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária. As empresas poderão retirar o presente edital diretamente no Departamento de Licitação da Prefeitura Municipal de Selvíria, localizada na Av. João Selvírio de Souza, 997, (paço municipal) mediante a apresentação de requerimento específico, com assinatura identificada do responsável, contendo obrigatoriamente o endereço eletrônico, telefone e pessoa responsável de contato.

1- DO OBJETO

1.1. O objeto da presente Concorrência Pública é a contratação de agência de publicidade para atender ao Município de Selvíria – MS, com a prestação de serviços de publicidade que consiste no conjunto de atividades realizadas integradamente e que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir idéias ou informar o público em geral, nos moldes de *briefing* constante do Anexo I.

1.2. A publicidade oficial e institucional do Município de Selvíria deverá ter caráter educativo, informativo e/ou de utilidade pública como fator orientador social, conforme preceitua o art. 37, § 1º, da Constituição Federal, de 05 de outubro de 1.988.

1.3. Serão atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei n. 12.232, de 2010;

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

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

1.3.1. Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1º do artigo 2º da Lei n. 12.232, de 2010, 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, respeitado o disposto na legislação em vigor.

1.3.2. As pesquisas e avaliações previstas no subitem 1.3, I deste edital 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.

1.3.2.1. 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.

2 - DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

2.1. Poderá participar desta licitação toda e qualquer pessoa jurídica que satisfaça a definição de “agência de propaganda”, conforme definido no artigo 4º da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, legalmente constituída e em regular funcionamento ou cumprimento das exigências para cadastramento no prazo previsto no art. 22, parágrafo 1º da Lei 8.666, de 1993, em razão do que dispõe o art. 6º, inciso I da Lei n. 12.232, de 2010.

2.2. Não será permitida a participação direta ou indireta nesta licitação:

a) de empresa que tenha, em seus quadros, funcionário ou dirigente da Prefeitura Municipal de Selvíria – MS;

b) de empresa que, a qualquer tempo, possua restrições quanto à capacidade técnica, idoneidade financeira e regularidade fiscal;

c) de empresa que se encontre sob falência, concurso de credores, dissolução ou liquidação e de empresa concordatária;

d) de empresa em consórcio ou que se encontre incurso nas penalidades previstas no art. 87, incisos III e IV, da Lei 8.666/93, impostas por órgão ou entidade da Administração Pública.

2.3. Serão consideradas inabilitadas, de plano, as proponentes que deixarem de apresentar qualquer dos documentos obrigatórios exigidos no presente edital, ou incorrerem em qualquer dos impedimentos mencionados nas alíneas “a” e “d” do subitem anterior.

2.4. Embora este edital tenha sido elaborado estritamente de acordo com os princípios da legalidade, da razoabilidade, da impessoalidade e da ampliação da competitividade, fica expressamente estipulado que, a critério exclusivo da comissão permanente de licitação, simples irregularidade formal, que evidencie lapso ou desatenção, que não altere nem afete o conteúdo e a legitimidade dos documentos apresentados e que não cause prejuízos aos licitantes e à Prefeitura Municipal de Selvíria - MS será considerada irrelevante, não podendo ensejar a inabilitação e/ou desclassificação das proponentes.

3 - DA APRESENTAÇÃO DA DOCUMENTAÇÃO E DAS PROPOSTAS

3.1. Até as **08h00m do dia 28 de março de 2018**, na sede da Prefeitura Municipal de Selvíria - MS, os representantes das empresas proponentes deverão entregar os envelopes das propostas e identificar-se, exibindo cédula de identidade oficial e a comprovação de sua condição, na seguinte forma:

a) quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, na apresentação de cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la ou cópia da ata da assembléia de eleição do dirigente;

b) caso o preposto não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por meio de procuração, contendo poderes expressos para praticar todos os atos necessários a este procedimento licitatório, com firma reconhecida em cartório, acompanhada dos atos constitutivos e de nomeação dos administradores da empresa.

3.1.1. A participação de representante não credenciado, na forma deste edital, não implica na desclassificação da respectiva empresa proponente, mas impedirá o representante de manifestar-se e responder por ela. O representante credenciado poderá ser substituído pela empresa proponente, a qualquer tempo, desde que sejam atendidas as formalidades acima referidas.

3.1.2. Não será permitida a participação de um mesmo representante para mais de uma empresa licitante.

3.2. A presente licitação será realizada em três fases distintas: proposta técnica, proposta de preço e habilitação. A documentação referente às propostas técnicas de preço e de habilitação serão entregues em envelopes separados, e fechados, dirigidos à comissão de licitação, contendo na parte externa os dizeres conforme modelo abaixo:

Envelope nº 1 - PROPOSTA TÉCNICA (VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA)

DATA: 28/03/2018 **HORARIO:** 08h00m

À Comissão de Licitação da Prefeitura Municipal de Selvíria - MS.

Concorrência Pública nº 001/2018.

ESTE INVÓLUCRO DEVERÁ SER FORNECIDO PELA CPL NO MOMENTO DA RETIRADA DO EDITAL PELA LICITANTE EM VIA ÚNICA

Obs. Este invólucro deverá ser EXATAMENTE o que foi entregue pelo órgão licitante juntamente com o edital, e não deverá constar nenhuma marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação da proponente. Caso não tenha recebido o referido invólucro com o edital requerer junto à Prefeitura Municipal de Selvíria - MS.

Envelope nº 2 - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

À Comissão de Licitação da Prefeitura Municipal de Selvíria - MS.

Concorrência Pública nº 001/2018

DATA: 28/03/2018 **HORARIO:** 08h00m

(Razão social e endereço completo da proponente)

Envelope nº 3 – PROPOSTA TÉCNICA (VIA IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA)

À Comissão de Licitação da Prefeitura Municipal de Selvíria - MS.
Concorrência Pública nº 001/2018

DATA: 28/03/2018 **HORARIO:** 08h00m

(Razão social e endereço completo da proponente)

Envelope nº 4 – PROPOSTA DE PREÇO

À Comissão de Licitação da Prefeitura Municipal de Selvíria - MS.
Concorrência Pública nº 001/2018

DATA: 28/03/2018 **HORARIO:** 08h00m

(Razão social e endereço completo da proponente)

Envelope nº 5 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

À Comissão de Licitação da Prefeitura Municipal de Selvíria - MS.
Concorrência Pública nº 001/2018

DATA: 28/03/2018 **HORARIO:** 08h00m

(Razão social e endereço completo da proponente)

3.3. Transcorrido o prazo estabelecido no item 3.1, a comissão de licitação registrará em ata os nomes das empresas proponentes e de seus respectivos representantes, dando prosseguimento ao certame.

3.3.1. Após o Presidente da Comissão de Licitação declarar encerrado o prazo para recebimento dos envelopes (às 08h00min), nenhum outro envelope ou documento será aceito, salvo o envelope dos documentos de habilitação que serão apresentados oportunamente, após julgamento final das propostas.

3.3.2. Em nenhuma hipótese será concedido prazo para apresentação de documentos exigidos e não entregues no respectivo envelope.

3.3.3. Não serão recebidos envelopes encaminhados por via postal ou entregues em local, dia ou horário diferente do estabelecido.

4 - DA PROPOSTA TÉCNICA – Plano de Comunicação Publicitária

4.1. A Proposta Técnica reunirá os elementos necessários à avaliação da capacitação e qualificação das empresas licitantes para a execução dos serviços objeto desta Concorrência Pública e será composta dos 4 (quatro) seguintes quesitos em ordem sequencial:

I) Raciocínio Básico – sob a forma de texto de no máximo 02 (duas) páginas, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Selvíria - MS, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados, em conformidade com o *briefing* (Anexo I).

II) Estratégia de Comunicação Publicitária – sob a forma de texto de no máximo 02 (duas) páginas,, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela Prefeitura Municipal de Selvíria - MS.

III) Idéia Criativa - sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária de acordo com as informações contidas no *briefing* (Anexo I).

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 instrumento convocatório, 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 datas e períodos de veiculação, quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

4.2. O conjunto de textos do plano de comunicação publicitária não poderá exceder o total das 10 (dez) páginas, em papel A4 sulfite 75g branco, utilizar fonte “Arial” 12 (doze) pontos, com espaçamento simples entre linhas sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes, textos justificados, espaçamento de 1,5 cm nas margens direita, esquerda, superior e inferior, a partir da borda, com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos no canto inferior direito, em folhas soltas, sem encadernação, clips ou grampos e sem identificação da licitante, limitando-se ainda a apresentação de no máximo de 5 (cinco) exemplos de peças publicitárias de qualquer tipo;

4.2.1. Cada peça publicitária deverá ser apresentada em 01 (uma) lauda, com a identificação do nome específico da peça, no início de cada página no canto superior esquerdo;

4.2.2. O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA VIA NÃO IDENTIFICADA deverá ser redigido em língua portuguesa, com exceção feita a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, e não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação de sua autoria.

4.2.3. Os exemplos de peças que integram a “Ideia Criativa”, sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se ao tamanho do **envelope n.º 1**;

4.3. 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.

5 - DA PROPOSTA TÉCNICA – Conjunto de Informações

5.1. O invólucro de nº 02 deverá conter a Proposta Técnica - Conjunto de Informações, em uma única via, que deverá ser datada e assinada pelo representante da Licitante e deverá ser apresentado em papel A4 sulfite 75g branco, utilizar fonte “Arial” 12 (doze) pontos, com espaçamento simples entre linhas, textos justificados, espaçamento de 1,5 cm nas margens direita, esquerda, superior e inferior, a partir da borda, com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos no canto inferior direito e encadernado em espiral preto com capa e contra capa a critério da licitante. A proposta técnica do invólucro nº 02 deverá conter informações destinadas a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes e compor-se-á aos seguintes quesitos:

I) Capacidade de Atendimento

- 1)** Quantificação e qualificação, sob forma de currículo reduzido, dos profissionais que serão alocados aos serviços objeto do contrato, sendo que pelo menos um dos profissionais deverá ter curso superior, com graduação em marketing, publicidade e propaganda, discriminando-se as diferentes áreas de atendimento: estudo, planejamento, criação, mídia, produção de rádio e TV, produção gráfica e atendimento e especificando-se o tempo de profissão e formação escolar de cada um.
- 2)** Sistemática de Atendimento, discriminando-se as metodologias e as obrigações do licitante na execução do contrato, inclusive prazos a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de peças avulsas ou campanhas e a elaboração de planos de mídia.
- 3)** Descrição das instalações, da infra-estrutura e dos recursos materiais disponíveis para execução do contrato.

II) Repertório

- 1)** apresentação de um conjunto de até 04 (quatro) 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;
- 2)** a licitante poderá apresentar até 01 (uma) peça para cada um dos seguintes meios de veiculação: TV, rádio, revista e jornal;
- 3)** 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;
- 4)** os vídeos deverão ser fornecidos em DVD e os spots e/ou jingles, em CD (compact disc);
- 5)** não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos, condenados pela Legislação da Propaganda, nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.
- 6)** As peças gráficas deverão ser em layout, com textos legíveis, respeitando os limites do Conjunto de Informações (pagina A4), conforme item 5.1.

7) Se a licitante apresentar repertório em quantidade inferior à estabelecida no subitem II desta cláusula, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas.

III) Relatos de soluções de problemas de comunicação

1) Deverão ser apresentados 02 (dois) "cases" de clientes, relatando em 1 (uma) lauda cada, soluções de problemas de comunicação planejadas e propostas pela licitante.

2) A licitante poderá apresentar, para cada "case", até 03 (três) peças independente do meio de divulgação, do tipo ou características da peça.

3) Se incluídas, os vídeos deverão ser fornecidos em DVD e os spots e/ou jingles em CD.

4) As peças gráficas deverão ser em layouts, com textos legíveis, respeitando os limites do Conjunto de Informações (pagina A4), conforme item 5.1

5) Se a licitante apresentar relatos em quantidade inferior à estabelecida no subitem III desta cláusula, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de relatos apresentados.

6) Os documentos e informações e o caderno específico não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitaria – Via Não identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do envelope n. 2, importando o descumprimento de tal obrigação na desclassificação da licitante, nos termos do art. 6º, Inciso XIV e 2º, da lei 12.232 de 2010.

6 - DA PROPOSTA DE PREÇO

6.1. A proposta de preço, de acordo com Anexo V deste edital, deverá conter:

- I- Modalidade e o número desta licitação
- II- Indicação da empresa e razão social, endereço completo, e-mail, telefone e fax atualizado da proponente para facilitar possíveis contatos.
- III- Validade da proposta, que deverá ser de 60 (sessenta) dias consecutivos, contados do primeiro dia útil posterior à data de abertura da licitação.
- IV- Assinatura do representante legal da empresa, devidamente identificado, com carimbo CNPJ-MF em todas as vias.

E também deve conter:

a) O percentual de desconto, que será concedida ao cliente sobre os custos internos da agência, apurado em relação à Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso Sul, considerando-se a letra "b", do item 3.11.2, das Normas Padrão da Atividade Publicitária do Conselho Executivo de Normas Padrão.

b) Percentual dos honorários sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados, considerando-se a letra "c", do item 3.11.2, das Normas Padrão da Atividade Publicitária do Conselho Executivo de Normas Padrão.

c) Percentual de honorários, quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, considerando-se a letra “d”, do item 3.11.2, das Normas Padrão da Atividade Publicitária do Conselho Executivo de Normas Padrão.

d) Declaração de que os encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários e comerciais incidentes sobre o contrato serão de responsabilidade do licitante que vier a ser contratado.

e) Prazo de validade, não inferior a 60 (sessenta) dias; data e assinatura do representante legal.

6.2. A apresentação da proposta de preço implica aceitação dos seguintes compromissos por parte da licitante vencedora desta Concorrência Pública:

a) De ceder total e definitivamente os direitos patrimoniais de uso das idéias (incluindo os estudos, análises e planos) peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência da presente licitação, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.

b) No caso de opção pela execução dos serviços com cessão dos direitos total e definitiva, de fazer constar dos ajustes que vierem a ser celebrados com terceiros, para produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:

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

b.2) Estabeleçam que a contratante poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

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

d) Que fará constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos de cachês, os de cessão de direitos de uso de obras consagradas incorporadas à peça e os de cessão dos demais direitos.

e) De negociar sempre melhores condições de preço para os direitos de imagem e som, de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da contratante.

7 - DA HABILITAÇÃO

Para a habilitação, deverão ser apresentados, no Envelope nº 05, no original, em cópia autenticada, em publicação em órgão de imprensa oficial ou em cópias simples, desde que acompanhadas pelo original, que serão autenticados pela comissão de licitação, os seguintes documentos, relativos à sede ou filial da empresa proponente, devendo optar por uma, exceto aqueles que são emitidos, comprovadamente em nome da matriz:

7.1. Documentos de Habilitação Jurídica:

- a) Registro comercial, no caso de empresa individual; **ou**
- b) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor consolidado ou em caso negativo, todas as alterações contratuais, devidamente registrados, em se tratando de sociedade comercial e no caso de sociedade por ações, acompanhado de documento de eleição de seus administradores; **ou**
- c) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhado de prova de eleição da diretoria em exercício; **ou ainda.**
- d) Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim exigir.

II. Declaração, conforme Anexo III, de que não foi declarada inidônea para licitar ou contratar com órgãos ou entidades da Administração Pública;

III. Declaração, conforme Anexo IV, de que não possui em seu quadro de funcionários, empregados menores de 18 (dezoito) anos, em trabalho noturno, perigoso ou insalubre. e menores de 16 (dezesesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos (cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal).

7.2. Documentos de Regularidade Fiscal e Trabalhista:

I. Prova de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);

II. Prova de Regularidade junto à Fazenda Federal, mediante apresentação de Certidão Negativa de Débitos ou Certidão Positiva com Efeitos de Negativa, Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida pela Secretaria da Receita Federal ou Certidão Conjunta RFB/ PGFN;

III. Prova de Regularidade com a Fazenda Municipal (Certidão de Débitos Gerais) emitido pelo órgão competente, da localidade de domicílio ou sede da empresa licitante, na forma da Lei;

IV. Prova de regularidade com a Fazenda Estadual (certidão de tributos estaduais) emitido pelo órgão competente, da localidade de domicílio ou sede da empresa licitante, na forma da lei;

V. Prova de regularidade junto ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço, através do Certificado de Regularidade do FGTS - CRF.

VI. Certidão negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, no endereço: www.tst.gov.br

7.3. Documentos de qualificação técnica:

I. Comprovante de registro ou inscrição da agência licitante na entidade profissional competente: Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial ou Associação Brasileira de Agências de Publicidade - ABAP, para atendimento do art. 30, inciso I, da Lei nº 8.666/93;

II. Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento 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;

III. Apresentar 3 (três) atestados de capacidade técnica operacional em nome da empresa licitante fornecidos por pessoas jurídicas de direito público e privado, comprovando que a agência licitante executou serviços pertinentes e compatíveis, em características e quantidades, com o objeto da presente licitação. Os atestados deverão ser apresentados em papel timbrado do emitente ou conter razão social, CNPJ, endereço, telefone e ser firmados pelos responsáveis legais.

IV. Comprovação de possuir pessoal necessário e suficiente para a prestação dos serviços de publicidade, pertinentes e compatíveis com o objeto desta licitação, juntando currículo simplificado contendo dados pessoais, formação profissional, experiência na área - dos responsáveis pela criação, mídia, atendimento, planejamento, administração e finanças, devendo pelo menos um desses profissionais possuírem graduação em Comunicação (Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas), Publicidade ou Marketing. Devendo a comprovação ser efetivada através da apresentação do diploma do(s) mesmo(s) e dos seguintes documentos:

- a) No caso de empregado da empresa, uma ficha técnica para cada funcionário, com data de registro a empresa, atividade que desenvolve e formação profissionais.
- b) No caso de ser sócio proprietário da empresa, através da apresentação do contrato social ou outro documento legal devidamente registrado na Junta Comercial, acompanhado da Ficha Técnica, conforme indicado no item "a".

7.4. Documentos de qualificação econômico-financeira:

I- Certidão Negativa de Falência ou de Recuperação Judicial, expedida pelo distribuidor da sede, da pessoa jurídica, em plena validade.

II. Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de três meses da data da sua apresentação nesta licitação. O balanço deve conter a assinatura do representante legal da empresa e de profissional habilitado no CRC.

II.1. As empresas com menos de 1 (um) ano de exercício social de existência devem cumprir a exigência do inciso I mediante a apresentação do balanço de abertura ou do último balanço patrimonial levantado.

II.2. Poderão ser exigidas das empresas para confrontação com as demonstrações contábeis, as informações prestadas à Secretaria da Receita Federal.

III. A comprovação da boa situação financeira da empresa licitante será feita através da apresentação do cálculo dos índices contábeis abaixo relacionados:

III.1. Índice de Liquidez Geral (ativo circulante mais realizável em longo prazo, dividido pelo passivo circulante mais exigível em longo prazo), com resultado **maior ou igual a 1,2 (um inteiro e dois décimos)**;

III.2. Índice de Liquidez Corrente (ativo circulante dividido por passivo circulante), com resultado **maior ou igual a 1,3 (um inteiro e três décimos)**.

7.4.1 Em cumprimento ao disposto no art. 31, § 5º, Lei 8666/93 e alterações posteriores, justifica-se a exigência dos índices contábeis, ante a necessidade da comprovação de boa situação financeira das empresas participantes, evitando-se futuros riscos diante da contratação feita pela Administração. A inexecução por parte da empresa contratada diante de má situação financeira poderia acarretar danos imensuráveis ao Poder Público Municipal. A Administração levou em consideração a exigência de índices e valores usualmente adotados para avaliação da boa situação financeira das empresas, conforme preconiza trecho do relatório do Ministro Benjamin Zymler em acórdão do TCU: “TCU - Acórdão n.º 326/2010-Plenário, TC-002.774/2009-5, rel. Min. Benjamin Zymler, 03.03.2010 [...] Enquanto que o normal seria um índice de liquidez corrente de 1,2 a 1,5, a licitação exigia 2,0. [...] Acolhendo proposição do relator, deliberou o Plenário no sentido de determinar à Prefeitura Municipal de xxx que “abstenha-se de exigir índices financeiros e contábeis não usualmente adotados para a correta avaliação da situação financeira suficiente ao cumprimento das obrigações decorrentes da licitação, conforme vedação contida no § 5º do art. 31 da Lei 8.666/93”.

8- PROCEDIMENTOS DA LICITAÇÃO

8.1 À exceção das Propostas Técnicas (invólucros n.01 e 02) que serão julgados pela Subcomissão Técnica, todos os demais procedimentos e julgamentos serão efetuados pela Comissão Permanente de Licitação.

8.1.1 – Serão realizadas cinco sessões públicas, observados os procedimentos previstos nesse Edital e na Legislação vigente.

8.1.2- Serão lavradas atas circunstanciadas de todas as reuniões as quais serão assinadas pelos membros da CPL ou pelos membros da Subcomissão Técnica, conforme o caso, e pelos representantes das licitantes presentes.

8.1.3 - Os representantes dos licitantes presentes poderão indicar uma comissão constituída de alguns entre eles para rubricar os documentos nas diversas reuniões públicas, decisão que constará da respectiva ata.

8.1.4- A CPL poderá em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem disponível para a realização dos serviços objeto desta Concorrência.

8.1.5- A CPL poderá no interesse da PREFEITURA MUNICIPAL DE SELVÍRIA - MS relevar omissões puramente formais nos documentos de Habilitação e Propostas apresentados pelos Licitantes, desde que não comprometem a lisura e o caráter competitivo do certame e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela CPL.

8.1.6 – Antes do aviso oficial do resultado desta Concorrência, não serão fornecidas a quem quer que seja quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação das propostas ou à adjudicação do objeto .

8.1.7- Qualquer tentativa de um licitante em influenciar a CPL ou subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

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

8.2- A primeira reunião pública será realizada no local, dia e hora previstos no preâmbulo deste Edital e terá basicamente a seguinte pauta:

a) identificar os representantes dos licitantes por meio de documentos hábeis

b) receber os invólucros nº01, nº02, nº03 e nº04.

c) Conferir se o invólucro nº01 apresenta em sua parte externa alguma menção que identifique o licitante, fato que impedirá a CPL de receber todos os outros invólucros dessa Licitante.

d) abrir os invólucros nº01 e nº02

8.2.1- O presidente da CPL solicitará dos Licitantes, ou à comissão por eles designada, que rubriquem todas as folhas contidas nos invólucros nº01 e nº02 e se for o caso, manifestem-se com relação à documentação ou a respeito do desenvolvimento do certame para que conste na ata da reunião.

8.2.2- Os invólucros nº03 e nº04 serão rubricados em fechos pelos membros da CPL e pelo representantes dos licitantes, ou pela comissão por eles designadas e permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da CPL.

8.2.3- Será imediatamente desclassificada e ficará impedida de participar das fases posteriores do certame a licitante cujos documentos pertinentes ao invólucro nº01 contenham informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria, bem como o invólucro nº02 traga alguma referência que possa identificar o invólucro nº01.

8.3- Encerrada a reunião, a CPL encaminhará a documentação dos invólucros nº01 e nº02 à subcomissão técnica para análise e julgamento no prazo de até 10 (dez) dias úteis, fato que será lavrado em ata própria.

8.3.1-A análise dos invólucros pela Subcomissão Técnica será individualizada e o julgamento do Plano de Comunicação Publicitária será realizado de acordo com o estabelecido neste Edital, observado os critérios por ele fixados.

8.3.2-A Subcomissão Técnica elaborará as planilhas com as pontuações fornecidas por seus membros e uma planilha totalizadora com a soma da pontuação atribuída aos quesitos e subquesitos.

8.3.3-A Subcomissão Técnica elaborará a Ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária (invólucro nº01) e encaminhará à CPL juntamente com as propostas, as planilhas de pontuações e as justificativas escritas das razões que fundamentaram cada caso.

8.3.4-De igual forma ao descrito no item anterior, a Subcomissão Técnica procederá com relação ao invólucro nº02.

8.4- Caso seja constatado que os documentos dos invólucros nº 01 e nº 02, em qualquer momento anterior à sua abertura tragam marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via não identificada - o licitante será automaticamente desclassificado e impedido de participar das fases posteriores do certame.

8.4.1-Se alguma Proposta Técnica for desclassificada por:

a) não atender as exigências do Edital;

b) não alcançar no total, a nota mínima de cinquenta pontos;

c) obter nota zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada um dos quesitos ou subquesitos da Proposta conforme as regras previstas neste Edital e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão, até o termo final dos prazos para recursos relativos a essa fase.

8.4.1.1-O disposto no subitem 8.4.1 não se aplica os casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação do licitante **antes** da abertura dos invólucros nº03.

8.5- **A segunda reunião** acontecerá após o recebimento pela CPL da(s) ata(s) de julgamento das Propostas Técnicas (invólucros nº01 e nº02), das planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnicas e promoverá a convocação dos licitantes por meio de publicação feita no Diário Oficial do Município e no Diário Oficial do Estado ou por correspondência com protocolo, contendo a seguinte pauta:

a) identificar os representantes dos licitantes presentes;

b) abrir os invólucros nº03;

c) cotejar as vias não identificadas dos invólucros nº01 com as vias identificadas do invólucro nº03 do Plano de Comunicação Publicitária para a identificação da sua autoria;

d) elaborar planilha com as notas atribuídas às proposta técnica composta pelos quesitos do Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, em ordem decrescente de classificação;

e) divulgar o resultado do julgamento das Propostas Técnica registrando-os em Ata contendo as propostas desclassificadas e a ordem de classificação.

8.6- Se todos os representantes dos licitantes estiverem presentes na reunião, será aberto o prazo recursal de cinco (05) dias úteis, caso contrário, o prazo recursal será contado a partir da publicação do resultado no Diário Oficial do Estado e no Diário Oficial do Município, conforme dispõe o art. 109, Lei nº 8.666/93.

8.6.1- Não havendo interposição de recurso ou ocorrendo sua desistência ou após ter sido julgado os recursos interpostos, será marcada data, hora e local para a terceira reunião pública que será informado aos licitantes classificados.

8.7-A terceira reunião pública terá a seguinte pauta:

a)- identificar os representantes das licitantes presentes

b)- devolver os invólucros nº 04, sem abri-los e contra recibo aos representantes dos licitantes presentes cujas proposta técnica tenham sido desclassificados;

c)- Abrir o invólucro nº 04 cujo documentos serão rubricados pelos membros da CPL e pelos representantes dos licitantes presentes ou pela comissão eles designadas;

d)- examinar o cumprimento, pelos licitantes, das exigências fixadas neste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las;

e)- identificar a proposta de menor preço e divulgar o resultado final do julgamento das propostas;

8.8- Caso todos os representantes das licitantes estejam presentes na reunião pública, será aberto o prazo de cinco (5) dias úteis para a interposição de recursos das decisões desta fase. Em caso contrário o prazo para a interposição de recursos será contado a partir da divulgação do resultado no Diário Oficial do Município e no Diário Oficial do Estado MS, conforme dispõe o artigo 109, da Lei nº 8666/93.

8.8.1- Não tendo sido interposto recurso ou tendo ocorrido sua desistência ou ainda tendo sido julgado os recursos interpostos, será marcado dia, hora e local para a quarta reunião pública, que será informada aos licitantes classificados, para que **apresente o invólucro nº 5 – HABILITAÇÃO “documentos de habilitação”**, de acordo com o previsto no inciso I, do art. 6º, da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

8.8.1.1- No dia, local e hora estabelecidos, a CPL receberá o invólucro **nº 5- HABILITAÇÃO “Documento de Habilitação”** e seguirá a pauta definida para a quarta reunião.

8.9-A quarta reunião pública terá a seguinte pauta:

a) identificar os representantes dos licitantes presentes;

b) abrir os invólucros e efetuar rubrica dos documentos pelos membros CPL e pelos representantes dos licitantes presentes ou pelos membros da Comissão por eles designadas.

8.9.1-O exame da documentação constante dos invólucros poderá ocorrer no mesmo dia do seu recebimento ou em data a ser marcada pela CPL.

8.9.2-Em seguida, caso a CPL possa apreciar e decidir de plano sobre a habilitação, de acordo com os critérios do Edital, será redigida a Ata da quarta reunião e ato contínuo terá início a **quinta reunião** com a seguinte pauta:

a)informar aos licitantes o resultado do julgamento e declarar as empresas habilitadas;

b)colocar á disposição dos licitantes, para exame, a documentação anteriormente examinada pela CPL;

8.10-Se todos os representantes dos licitantes estiveram presentes será aberto o prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recursos das decisões exaradas nesta, caso contrário, o prazo será contado a partir da divulgação do resultado no Diário Oficial do Estado e no Diário Oficial do Município conforme disposto no art.109, da Lei nº8.666/93, e será lavrada a ata da quinta reunião.

8.11-Não havendo interposição de recursos ou tendo ocorrido sua desistência ou, ainda tendo sido esses julgados, a CPL publicará o resultado final deste certame e apresentará relatório conclusivo do procedimento.

9 – DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1. Na apreciação da proposta técnica será considerada a linha de atuação desenvolvida, sendo certo que receberá um máximo de 100 (cem) pontos, distribuídos entre os diversos quesitos de julgamento da seguinte forma:

Plano de comunicação publicitária

9.2. Raciocínio básico: Máximo de **10 (dez) pontos**, com as seguintes notas máximas:

9.2.1. Conhecimento das características gerais do cliente: até 02 (dois) pontos;

9.2.2. Conhecimento genérico dos serviços prestados pelo cliente: até 02 (dois) pontos;

9.2.3. Adequada compreensão da linha de atuação específica do cliente: até 03 (três) pontos;

9.2.4. Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação do cliente: até 03 (três) pontos.

9.3. Estratégia de Comunicação Publicitária: Máximo de **10 (dez) pontos**, com as seguintes notas máximas:

9.3.1. Formulação do conceito, dos quais até 2,5 (dois e meio) pontos para a compreensão do tema hipotético e até 2,5 (dois e meio) pontos para o desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito; total: até 05 (cinco) pontos;

9.3.2. Formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação da campanha escolhida: até 05 (cinco) pontos.

9.4. Idéia criativa: Máximo de **20 (vinte) pontos**, com as seguintes notas máximas:

9.4.1. Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha escolhida: até 5,0 (cinco) pontos;

9.4.2. Capacidade de síntese da estratégia de comunicação que revele: até 4,0 (quatro) pontos;

9.4.3. Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida: até 5,0 (cinco) pontos;

9.4.4. Criatividade na combinação de seus elementos constitutivos, revelada no conjunto apresentado: até 6,0 (seis) pontos.

9.5. Estratégia de mídia e não mídia: Máximo de **10 (dez) pontos**, com as seguintes notas máximas:

9.5.1. Conhecimento dos hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação: até 03 (três) pontos;

9.5.2. Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia: até 03 (três) pontos;

9.5.3. Estudo de distribuição da verba, demonstrando a pertinência, a oportunidade e a economicidade no uso dos recursos próprios de comunicação do cliente: até 04 (quatro) pontos.

Conjunto de informações

9.6. Capacidade de atendimento: Máximo de **20 (vinte) pontos**, com as seguintes notas máximas:

9.6.1. Capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a quantidade e a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da agência licitante: até 06 (seis) pontos;

9.6.2. Sistemática de atendimento, relevando no julgamento dos quesitos operacionalidade, segurança, grau de liberdade conferido ao cliente na escolha de soluções alternativas e presteza no atendimento às solicitações: até 06 (seis) pontos.

9.6.3. Descrição das instalações, a infra-estrutura e os recursos materiais disponíveis para execução do contrato: até 08 (oito) pontos.

9.7. Repertório: Máximo de 20 (vinte) pontos, relativos à capacidade técnica e artística revelada pelo licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e auferidas pelos quesitos de concepção, ideia criativa e sua pertinência, clareza, exposição, qualidade de execução e acabamento.

9.7.1. Idéia criativa e sua pertinência demonstrando a capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e auferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, objetividade no enfrentamento do problema a ser solucionado e inovação de propósito: até 10 (dez) pontos;

9.7.2. Clareza da exposição demonstrando a capacidade técnica da licitante em detectar e delimitar problemas de comunicação equacionando-os e planejando suas soluções, de sorte a evidenciar perfeita concatenação entre causa e efeito e, enfim, medir adequadamente os resultados: até 05 (cinco) pontos.

9.7.3. Qualidade da execução e do acabamento demonstrando zelo da proponente quanto a execução e fiscalização do produto final a ser utilizado na divulgação de ideias e informações: até 05 (cinco) pontos.

9.8. Relatos de soluções de comunicação: Máximo de 10 (dez) pontos, relativos à capacidade técnica e artística revelada pelo licitante no atendimento a outros clientes de acordo com as amostras de casos incluídas na proposta auferidas pelos quesitos de concepção, clareza da exposição, evidência de planejamento e consistência das relações de causa e efeito entre problemas e solução.

9.8.1. Concatenação lógica da exposição clareza, objetividade e pertinência da exposição dos problemas enfrentados e soluções encontradas: até 03 (três) pontos;

9.8.2. Evidência de planejamento publicitário demonstrando as medidas determinadas para a solução, revelando efetividade das medidas com racional utilização dos recursos, em especial evitando desperdício ou utilização de meio inadequado de comunicação em razão do público alvo: até 03 (três) pontos;

9.8.3. Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução demonstrando o ponto enfrentado e a solução aplicada: até 02 (dois) pontos;

9.8.4. Relevância dos resultados apresentados em decorrência da efetiva solução encontrada pela proponente: até 02 (dois) pontos.

9.9. A pontuação mínima exigida para a classificação das propostas técnicas é de 50 (cinquenta) pontos.

9.10. A licitante não poderá ter nenhum quesito da proposta técnica com pontuação 0 (zero) sob pena de desclassificação.

10 – DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇO

10.1. Será desclassificada a proposta de preço que não atender as exigências do item 6 deste edital.

10.2. A classificação das propostas de preço será feita mediante a aplicação do critério de julgamento do menor preço, considerando um máximo de 100 (cem) pontos.

10.2.1. Até 35 (trinta e cinco) pontos para a agência que cobrar os menores valores de custos internos com base na Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (um ponto para cada 1% - um por cento - de desconto, contados somente a partir de 5% (cinco por cento) limitado até 40% (quarenta por cento) do valor da tabela), ou seja, as propostas possíveis serão 5% de desconto – 0 (zero) ponto, 6% de desconto – 01 (um) ponto, e assim sucessivamente até a melhor proposta a ser considerada de 40% de desconto – 35 (trinta e cinco) pontos.

10.2.2. Até 35 (trinta e cinco) pontos para menores honorários oferecidos, nos termos do subitem 3.6.1 das Normas-Padrão (sete pontos para cada 1% de desconto dos 15% originais, até o limite de 5% de desconto, ou seja, as propostas possíveis serão de 15% de honorários – 0 (zero) ponto, 14% de honorários - 07 (sete) pontos, 13% de honorários - 14 (quatorze) pontos, 12% de honorários - 21 (vinte e um) pontos, 11% de honorários - 28 (vinte e oito) pontos e 10% de honorários – 35 pontos).

10.2.3. Até 30 (trinta) pontos para menores honorários oferecidos, nos termos do subitem 3.6.2 das Normas-Padrão (seis pontos para cada 1% de desconto dos 10% originais, até o limite de 5% de desconto, ou seja, as propostas possíveis serão de 10% de honorários – 0 (zero) ponto, 9% de honorários – 06 (seis) pontos, 8% de honorários – 12 (doze) pontos, 7% de honorários – 18 (dezoito) pontos, 6% de honorários – 24 (vinte e quatro) pontos, 5% de honorários – 30 (trinta) pontos).

10.3. Não se considerará qualquer oferta de vantagem não prevista no edital, nem preço ou vantagem baseada em ofertas de outras licitantes.

11 – DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

11.1. O julgamento final do certame será levado a efeito aplicando-se a seguinte fórmula:

$$NF = \frac{(NT \times 8 + NP \times 2)}{10}$$
onde:

NF= nota final;

NT= nota técnica;

NP= nota de preço.

11.2. Será julgada vencedora a agência que obtiver a maior nota final.

11.3. Em caso de empate da nota final, será considerada vencedora a que tenha maior nota técnica. Persistindo o empate será verificada qual licitante tem a maior nota, respectivamente nos quesitos “repertório”, “capacidade de atendimento”, “estratégia de mídia e não mídia”, “idéia criativa”, “estratégia de comunicação publicitária” e “raciocínio básico”. Não sendo possível o desempate utilizando-se dos critérios acima, será realizado sorteio entre as propostas empatadas.

12. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

12.1. A Subcomissão Técnica será constituída por três membros formados em comunicação,

publicidade ou marketing, ou que atuem em uma destas áreas, sendo que, no mínimo, 1/3 (um terço) deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com a Prefeitura Municipal de Selvíria - MS.

12.2. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica se dará por sorteio, realizado em sessão pública, cuja data, local e hora serão divulgados com antecedência, pela Comissão de Licitação.

12.2.1. O sorteio será realizado entre os nomes de uma relação que terá no mínimo o dobro do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados e será composta por pelo menos 1/3 de profissionais que não tenham vínculo com o órgão responsável pela licitação, que comporão uma lista que será publicada na imprensa oficial, com prazo **mínimo de 10 (dez) dias** da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

12.2.2. A lista a que se refere o subitem 12.2.1, deverá ter, no mínimo, seis nomes, dos quais 1/3 não podem manter vínculo algum com a Prefeitura Municipal de Selvíria - MS.

12.2.3. Até 48 (quarenta e oito) horas antes do sorteio, qualquer interessado poderá impugnar o nome de qualquer nome constante da relação publicada.

12.2.4. 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 a Prefeitura Municipal de Selvíria - MS.

13 - DO JULGAMENTO DA HABILITAÇÃO

13.1. A comissão de licitação analisará a documentação para verificar o cumprimento das exigências contidas neste edital, podendo transferir a divulgação do resultado da habilitação para outra data, caso necessite de mais tempo para apreciar a documentação.

13.2. Será julgado habilitado o licitante que atender a todas as exigências do edital quanto à documentação, e inabilitado o que deixar de atender a qualquer uma delas.

13.3. O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA VIA NÃO IDENTIFICADA do envelope nº 1 que não atender a todos os quesitos solicitados, deverá ter a pontuação 0 (zero) sob pena de desclassificação, conforme item 8.10.;

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

13.5. A licitante que não atender a todos os quesitos solicitados para a apresentação da **Proposta Técnica - Conjunto de Informações**, deverá ter a pontuação 0 (zero) sob pena de desclassificação, conforme item 9.10.;

14 - DO VALOR DO CONTRATO E DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

14.1. O valor estimado do contrato de que trata a presente licitação é de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais), pelo período de 06 (seis) meses.

14.1.2. As despesas decorrentes do objeto desta licitação serão custeadas na seguinte conta: Dotação Orçamentária: 02.003 – SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO; 04.122.0004.2030 – Manutenção das Atividades da Secretaria Municipal de Administração; 33.90.39.00.00 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica; Fonte 1.000 – Recursos Ordinários.

14.2. A Prefeitura Municipal de Selvíria - MS se reserva o direito de, a seu critério exclusivo, utilizar ou não os recursos que vierem a ser alocados para o pagamento da despesa decorrente do contrato a ser assinado.

14.3. O valor estimado de que trata o item 14.1 deste edital poderá ser acrescido ou reduzido em 25% (vinte e cinco por cento), conforme prevê o art. 65, § 1º, da Lei nº 8.666/93.

14.4. As despesas correrão à conta das dotações orçamentárias constantes no processo licitatório.

14.5. As despesas efetuadas nos exercícios seguintes correrão por conta do respectivo orçamento dentro da mesma programação financeira.

15 - DO CONTRATO

15.1. Concluído o procedimento licitatório, a Prefeitura Municipal de Selvíria - MS convocará a empresa adjudicatária para, no prazo de 5 (cinco) dias, assinar o contrato conforme modelo que constitui o Anexo II do presente instrumento convocatório.

15.2. O contrato terá sua vigência por 06 (seis) meses a partir da data da sua assinatura, podendo ser prorrogado, se conveniente para a contratante, através de termo aditivo, respeitado o limite previsto no inciso II, do art. 57 da Lei nº 8.666/93.

15.3. Na assinatura do contrato a adjudicatária deverá apresentar, se for o caso, documentação comprobatória da regularidade exigida para habilitação, condição que deverá ser obrigatoriamente mantida durante a vigência do contrato.

15.4. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato, dentro do prazo estabelecido no subitem 15.1, caracteriza o descumprimento da obrigação assumida, sujeitando-o às penalidades aludidas no item 18 deste edital.

15.5. É facultado à Prefeitura Municipal de Selvíria - MS, caso a adjudicatária não assine o termo do contrato, convocar os demais proponentes, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pela primeira adjudicatária, inclusive quanto aos preços, ou revogar a licitação independentemente da cominação, prevista no item seguinte.

15.6. Será de responsabilidade da contratada qualquer ônus resultante de quaisquer ações, demandas e despesas decorrentes de danos causados por dolo ou culpa, inclusive de seus

empregados e prepostos ou subcontratados, relacionados ao cumprimento do presente edital e do contrato.

15.7. A contratada deverá prestar esclarecimentos a Prefeitura Municipal de Selvíria - MS sobre eventuais atos ou fatos que a envolvam independentemente de solicitação.

15.8. A contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços, objeto desta licitação, através da Prefeitura Municipal de Selvíria - MS.

15.9. É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato decorrente da presente licitação para qualquer operação financeira sem prévia e expressa autorização da Prefeitura Municipal de Selvíria - MS.

15.10. A contratada poderá utilizar-se de serviços de outras empresas relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º da Lei n. 12.232, de 2010, ficando estipulado que a contratada permanecerá com todas as responsabilidades contratuais perante a entidade contratante.

15.10.1. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do art. 14 da Lei n. 12.232, de 2010.

15.10.1.1. O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no caput deste artigo exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

15.10.1.2. No caso do subitem anterior, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada 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;

15.10.1.3. 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 subitem 15.10.1.2;

15.11. Integrarão para todos os fins, ao contrato firmado em decorrência desta licitação, todos os elementos apresentados pela licitante vencedora, assim como este edital e seus anexos, independentemente de transcrição.

15.12. As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

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

15.13. 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.

16 - DA REMUNERAÇÃO E DOS PAGAMENTOS

16.1. Pelos serviços prestados, a contratada será remunerada na forma já prevista e especificada, sendo que os pagamentos serão efetivados pela Contratante até o dia 30 (trinta) de cada mês.

16.2. O pagamento será efetuado diretamente a Contratada após efetiva prestação dos serviços com apresentação de notas fiscais, acompanhadas das notas fiscais/faturas dos serviços terceirizados e ou veiculados emitidas em nome da Prefeitura em até 15 (quinze) dias úteis após o recebimento do documento fiscal devidamente atestada pela área competente da Prefeitura Municipal de Selvíria - MS.

16.3. 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.

17 - DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL E DOS RECURSOS

17.1. Aos termos do presente edital caberá impugnação em conformidade com o art. 41 da Lei Federal n. 8.666/93, que deverá ser protocolada, em dias úteis, das 07h00 às 13h00, no Departamento de Tributos (protocolo geral) da Prefeitura Municipal de Selvíria – MS e dirigida à autoridade competente, nos seguintes prazos:

a) Por qualquer cidadão até 05 (cinco) dias úteis antes da data fixada para recebimento dos envelopes de propostas pela Comissão de Licitação;

b) Por licitante até 02 (dois) dias antes da data fixada para recebimento dos envelopes de propostas pela Comissão de Licitação.

17.2. Decairá do direito de impugnar os termos do presente edital a licitante que não o fizer no prazo estipulado, hipótese em que tal comunicação não terá o efeito de recurso.

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

17.3. Dos atos da comissão decorrentes do processo licitatório, deverão ser admitidos os recursos, de acordo com seus prazos respectivos, nos termos do art. 109 da lei nº 8.666/93.

17.4. O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do recebimento do recurso, sob pena de responsabilidade.

18 - DA RESCISÃO DO CONTRATO E DAS PENALIDADES

18.1. Nos termos do art. 86 da Lei n. 8.666/93, fica estipulado o percentual de 0,5% (meio por cento) sobre o valor inadimplido, a título de multa de mora, por dia de atraso injustificado na execução dos serviços objeto desta Concorrência Pública, até o limite de 10% (dez por cento).

18.2. Em caso de inexecução total ou parcial do pactuado em razão do descumprimento de qualquer das condições avençadas, a contratada ficará sujeita às seguintes penalidades nos termos do art. 87 da Lei n. 8.666/93:

I - advertência;

II - multa de 10% (dez por cento) do valor do contrato;

III - suspensão temporária de participar de licitação e impedimento de contratar com a Administração por prazo não superior a 02 (dois) anos; e

IV - declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

18.3. Quem convocada dentro do prazo de validade da sua proposta não celebrar o contrato, deixar de entregar ou apresentar documentação falsa exigida para o certame, ensejar o retardamento da execução de seu objeto, não mantiver a proposta, falhar ou fraudar na execução do contrato, comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude fiscal, ficará impedida de licitar e contratar com a Administração, na forma da lei.

18.4. As penalidades somente poderão ser relevadas ou atenuadas pela autoridade competente aplicando-se o princípio da proporcionalidade, em razão de circunstâncias fundamentadas em fatos reais e comprovados, desde que formuladas por escrito e no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis da data em que for oficiada a pretensão da Administração no sentido da aplicação da pena.

19 - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

19.1. Este edital e seus anexos poderão ser obtidos no setor de licitações da Prefeitura Municipal de Selvíria - MS e via e-mail, de segunda à sexta-feira, das 07h00 às 13h00.

19.2. As empresas licitantes que hajam adquirido o edital poderão fazer, por escrito, pedidos de esclarecimentos sobre o instrumento convocatório.

19.2.1. Os pedidos de esclarecimentos deverão ser formulados por escrito, em papel timbrado da empresa licitante, assinado pelo seu representante legal, protocolados em dias úteis, das 07h00 às 13h00, no Departamento de Tributos (protocolo geral) da Prefeitura Municipal de Selvíria e dirigidos ao Presidente da Comissão de Licitação.

19.2.2. Os pedidos de esclarecimentos/impugnações poderão ser formulados até 05 (cinco) dias úteis antes da data consignada para a entrega das propostas, serão respondidas no prazo de até 3 (três) dias úteis antes da data da entrega das propostas.

19.3. Os documentos exigidos neste edital deverão ser apresentados em original, ou em cópia autenticada, sendo admitida, também, a exibição da documentação, quando for o caso, em publicação original em órgão da imprensa oficial.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SELVÍRIA

ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL



19.4. A execução do contrato será acompanhada, fiscalizada e aprovada por servidor da Prefeitura Municipal de Selvíria - MS designado para tanto.

19.5. Quaisquer exigências da fiscalização, inerente ao objeto do contrato, deverão ser prontamente atendidas pela contratada, inclusive submeter à apreciação e a aprovação prévia da Prefeitura Municipal de Selvíria - MS, quaisquer serviços que envolvam remuneração, seja a terceiros, seja à própria agência.

19.6. Se todos os licitantes forem inabilitados ou todas as propostas forem desclassificadas, a comissão de licitação poderá fixar prazo de 08 (oito) dias úteis aos licitantes para a apresentação de nova documentação ou outras propostas, escoimadas das causas referidas no art. 48 da Lei nº 8.666/93.

19.7. A critério da comissão de licitação, todas as decisões referentes a essa licitação poderão ser divulgadas por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelos licitantes.

19.8. É facultada à Comissão ou a autoridade competente, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência para esclarecer ou complementar a instrução do processo.

19.9. A Comissão poderá, na fase de julgamento da proposta técnica, se julgar necessário, proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem disponível para a realização dos serviços objeto desta licitação.

~~**19.10.** Além da subcomissão técnica, poderão ser convidados a colaborar com a comissão de licitação, assessores, técnicos e profissionais de reconhecida competência técnica não vinculados, direta ou indiretamente, a qualquer das agências licitantes, pertencentes ou não ao quadro da Prefeitura Municipal de Selvíria - MS.~~

19.11. Na contagem dos prazos estabelecidos neste edital, exclui-se o dia do início e inclui-se o dia do vencimento, observando-se que só se iniciam e vencem prazos em dia de expediente na Prefeitura Municipal de Selvíria - MS.

19.11. A Prefeitura Municipal de Selvíria - MS poderá revogar a presente licitação por razões de interesse público decorrente de fato superveniente, devendo anulá-la por ilegalidade, de ofício ou mediante provocação de terceiros, nos termos do artigo 49 da Lei nº 8.666/93.

19.13. Os casos omissos e as dúvidas suscitadas serão resolvidos pela Comissão de Licitação, com aplicação das disposições legais.

19.14. O Foro da comarca de Três Lagoas - MS será competente para conhecer e julgar as questões decorrentes deste instrumento.

19.15. Integram o presente edital, independentemente de qualquer transcrição, os anexos:

I - BRIEFING - PROJETO BÁSICO;

II - MINUTA DO CONTRATO;

III - MODELO DE DECLARAÇÃO IDONEIDADE;

IV - MODELO DE DECLARAÇÃO QUE NÃO EMPREGA MENOR;

V - MODELO DA PROPOSTA DE PREÇO;



PREFEITURA MUNICIPAL DE SELVÍRIA

ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL



**VI - TABELA DE CUSTOS REFERENCIAIS PARA SERVIÇOS DE PUBLICIDADE;
VII - MODELO PLANILHA DE AVALIAÇÃO INDIVIDUAL DA PROPOSTA TÉCNICA;
VIII - MODELO PLANILHA DE AVALIAÇÃO GERAL DA PROPOSTA TÉCNICA VIA NÃO IDENTIFICADA - PLANO DE COMUNICAÇÃO;
IX - MODELO PLANILHA DE AVALIAÇÃO GERAL DA PROPOSTA TÉCNICA VIA IDENTIFICADA - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES.**

IMPORTANTE: Ao retirar o edital a licitante deverá requerer o envelope padronizado no qual deverá ser entregue a via não identificada do plano de comunicação publicitária. Caso não tenha sido entregue a licitante deverá requerer junto a Prefeitura Municipal de Selvíria - MS o envelope, sem o qual não poderá apresentar a via não identificada do plano de comunicação publicitária, sendo, consequentemente, desclassificada do certame, caso não apresente a via não identificada ou apresente em envelope diverso do padronizado.

Selvíria - MS, 06 de Fevereiro de 2018.

JOSÉ FERNANDO BARBOSA DOS SANTOS
Prefeito Municipal

ANEXO I

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 016/2018 EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/2018 TÉCNICA E PREÇO

BRIEFING - PROJETO BÁSICO

O desafio de comunicação a ser resolvido

A “divulgação das atividades da Prefeitura Municipal de Selvíria” e a adoção de “medidas adequadas para promover e valorizar o Poder Executivo e resguardar seu conceito perante a comunidade”, são descritas como atribuições do Prefeito Municipal, como estabelece o artigo 70 da Lei Orgânica do Município.

Manter os cidadãos selvirienses informados sobre os trabalhos desenvolvidos pelo poder público municipal, é um dever, pois traz transparência sobre os atos do agente público, atendendo-se assim, ao princípio da publicidade previsto no art. 37 da CF88.

Obras, projetos sociais, esportivos, culturais, programas de saúde pública, campanhas de trânsito, datas comemorativas entre outras ações que destaquem a representatividade do poder executivo junto à comunidade, visando a defesa do bem-estar comum, assim como o trabalho independente em prol do desenvolvimento sustentável, devem ser divulgados pelos meios de comunicação locais e ou regionais.

Para isso, faz-se necessário o estabelecimento de uma política de comunicação com a sociedade, que vise, de forma criativa, prática, correta e transparente, alcançar o cidadão, informando-o das ações praticadas pelo poder público, dentro de todos os novos desafios que a comunicação digital, de massa ou pessoal, exigem.

Assim, é necessário o apoio profissional para traçar a política de comunicação, desenvolver o planejamento, concepção, execução das atividades comunicacionais e mensuração dos resultados obtidos, seguindo os preceitos da política estabelecida e fazendo a ligação entre a Prefeitura Municipal e os meios de comunicação, tanto nos aspectos de mídia espontânea quanto na mídia contratada.

Quem é o público que a comunicação deve ser direcionada

O cidadão do Município de Selvíria – MS.

Verba e prazo de execução do Plano de Comunicação Publicitária

Plano a ser desenvolvido com base neste Briefing deve considerar um valor referencial equivalente a R\$ 66.666,66 (sessenta e seis mil, seiscentos e sessenta e seis reais e sessenta e seis centavos) com prazo de um mês para execução.

ANEXO II

MINUTA DO CONTRATO

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 016/2018
EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/2018
TÉCNICA E PREÇO

INSTRUMENTO CONTRATUAL QUE CELEBRAM ENTRE SI A PREFEITURA MUNICIPAL DE SELVÍRIA - MS E A EMPRESA_____.

CONTRATO Nº _____/2018

I - PARTES

A Prefeitura Municipal de Selvíria - MS com sede a Av. João Selvírio de Souza, n. 997, Centro – Cidade de Selvíria – Estado de Mato Grosso do Sul, fone (67) 3579-1242, inscrita no CNPJ/MF sob o n. , neste ato representada por seu Prefeito Municipal JOSÉ FERNANDO BARBOSA DOS SANTOS, doravante denominada CONTRATANTE, e a empresa _____, Pessoa Jurídica de Direito Privado, estabelecida à Rua _____, n. _____, Bairro _____, _____ – _____, CEP _____ inscrita no CNPJ/MF n. XX.XXX.XXX/XXXX-XX, neste ato representada pelo Sr(a). _____, doravante denominada CONTRATADA.

II - DA AUTORIZAÇÃO DA LICITAÇÃO: O presente Contrato é celebrado em decorrência do Processo Licitatório n.º xxx/2018, referente à Concorrência Pública n.º /2018, que faz parte integrante e complementar deste Contrato, como se nele estivesse contido.

III - FUNDAMENTO LEGAL: Este Contrato é regido pelas cláusulas e condições contidas neste instrumento, no edital e anexos, na Lei n. 8.666/93, e demais normas legais pertinentes.

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1.1. O objeto do presente instrumento é a contratação de agência de publicidade para atender à Prefeitura Municipal de Selvíria - MS, com a prestação de serviços de publicidade que consiste no conjunto de atividades realizadas integradamente e que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias ou informar o público em geral.

1.2. A publicidade oficial e institucional do Município de Selvíria - MS deverá ter caráter educativo, informativo e/ou de utilidade pública como fator orientador social, conforme preceitua o art. 37, § 1º, da Constituição Federal, de 05 de outubro de 1988.

1.3. Serão atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei n. 12.232, de 2010;

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

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

1.3.1. Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1º do artigo 2º da Lei n. 12.232, de 2010, 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, respeitado o disposto na legislação em vigor.

1.3.2. As pesquisas e avaliações previstas no subitem 1.3 I deste edital 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.

1.3.2.1. 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.

CLÁUSULA SEGUNDA - DO REGIME DE EXECUÇÃO

2.1. O presente objeto será prestado, conforme dispõe inciso II, alínea “b”, do art. 10, da Lei n. 8.666/93 e suas alterações posteriores.

CLÁUSULA TERCEIRA - DO AMPARO LEGAL E SUJEIÇÃO ÀS NORMAS LEGAIS E CONTRATUAIS

3.1. A legislação aplicável a este contrato será a Lei n. 12.232, de 2010, Lei n. 8.666/93, e suas alterações e as demais disposições aplicáveis, bem como as cláusulas deste instrumento.

3.2. Relativamente ao disposto no presente contrato, aplicam-se subsidiariamente as disposições da Lei n. 8.078/90 - Código de Defesa do Consumidor.

3.3. Os casos omissos que se tornarem controvertidos em face das cláusulas do presente contrato serão resolvidos segundo os princípios jurídicos aplicáveis, por despacho fundamentado da Prefeitura Municipal de Selvíria - MS.

3.4. Após a assinatura deste contrato, toda comunicação entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA será feita por escrito ou qualquer outro meio idôneo de comunicação, registrando-se as informações relevantes.

3.5. As partes se declaram sujeitas às normas previstas na Lei n. 8.666/93 e suas alterações posteriores e às cláusulas e condições expressas neste Contrato.

CLÁUSULA QUARTA - DOS DOCUMENTOS APLICÁVEIS

4.1. Integram este contrato os documentos a seguir discriminados, cujo inteiro teor as partes declaram ter conhecimento e aceitam, independentemente de sua anexação:

4.1.1. Ato Convocatório, Edital de Concorrência Pública nº 001/2018 e seus anexos, bem como os documentos de habilitação, a proposta da contratada e demais elementos integrantes do procedimento licitatório.

4.2. Os documentos referidos no item anterior são considerados suficientes para, em complemento a este contrato, definirem a sua extensão, e desta forma reger a execução adequada do contrato ora celebrado.

4.3. Qualquer alteração nas condições ora estipuladas neste contrato deverá ser feita por meio de termo aditivo, salvo as hipóteses previstas no art. 65, parágrafo 8º da Lei n. 8.666/93.

4.4. Em caso de dúvidas ou divergências entre os documentos citados no subitem 4.1 desta cláusula, as mesmas serão dirimidas considerando-se sempre os documentos mais recentes com prioridade sobre os mais antigos e em caso de divergências com este contrato, prevalecerá este último.

4.5. Não terão eficácia quaisquer exceções às especificações contidas neste instrumento e/ou em seus anexos, em relação às quais a CONTRATANTE não houver, por escrito, se declarado de acordo.

CLÁUSULA QUINTA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

5.1.1. Não subcontratar, sub-empregar, ceder ou transferir, total ou parcialmente o objeto do presente contrato, salvo as hipóteses previstas no parágrafo 1º do art. 2º da Lei n. 12.232, de 2010 e a contratação de mídia. A fusão ou incorporação só será admitida mediante expresso consentimento da CONTRATANTE, desde que não afetem a boa execução do contrato.

5.1.2. Entregar os serviços no prazo proposto e em conformidade com as especificações exigidas no edital.

5.1.3. Somente divulgar informações acerca do objeto deste contrato, que envolva o nome da contratante, mediante sua prévia e expressa autorização.

5.1.4. Manter, durante a execução deste contrato, em compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

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

5.1.6. Assumir com exclusividade todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho e quaisquer outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado, inclusive quanto ao transporte interno dos bens.

5.1.7. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem, no objeto, até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

5.1.8. Responder perante a CONTRATANTE e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, sob a sua responsabilidade ou por erro da execução deste contrato.

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

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

5.1.11. 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 e das peças publicitárias produzidas.

5.1.12. A contratada poderá utilizar-se de serviços de outras empresas relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º da Lei n. 12.232, de 2010, ficando estipulado que a contratada permanecerá com todas as responsabilidades contratuais perante a entidade contratante.

5.1.13. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do art. 14 da Lei n. 12.232, de 2010.

5.1.13.1. O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no caput deste artigo exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

5.1.13.2. No caso do subitem anterior, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada 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;

5.1.13.3. 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 subitem 5.1.13.2.

CLÁUSULA SEXTA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

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

6.1.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

6.1.2. Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

6.1.3. Proporcionar condições para a boa consecução do objeto deste contrato;

6.1.4. Notificar, formal e tempestivamente à CONTRATADA, sobre irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

6.1.5. Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;

6.1.6. Fiscalizar o presente contrato através do setor competente da CONTRATANTE.

6.1.7. Acompanhar a execução dos serviços a ser efetuado pela CONTRATADA, podendo intervir durante a sua execução, para fins de ajustes ou suspensão da entrega.

CLÁUSULA SÉTIMA - DO VALOR DO CONTRATO E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

7.1. O valor global do contrato de que trata a presente licitação é de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais), pelo período de 06 (seis) meses.

7.1.2. As despesas decorrentes do objeto desta licitação serão custeadas na seguinte conta: Dotação Orçamentária: 02.003 – SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO; 04.122.0004.2030 – Manutenção das Atividades da Secretaria Municipal de Administração; 33.90.39.00.00 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica; Fonte 1.000 – Recursos Ordinários.

7.2. A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu critério exclusivo, utilizar ou não os recursos que vierem a ser alocados para o pagamento da despesa decorrente do contrato a ser assinado.

7.3. O valor constante do item 7.1 poderá ser acrescido de até 25% (vinte e cinco por cento), conforme prevê o art. 65, § 1º, da Lei nº 8.666/93.

7.4. As despesas efetuadas nos exercícios seguintes correrão por conta do respectivo orçamento dentro da mesma programação financeira.

CLÁUSULA OITAVA - DO PAGAMENTO

8.1. O pagamento será efetuado diretamente a Contratada após efetiva prestação dos serviços com apresentação de notas fiscais, acompanhadas das notas fiscais/faturas dos serviços terceirizados e ou veiculados emitidas em nome da Prefeitura em até 15 (quinze) dias úteis após o recebimento do documento fiscal devidamente atestado pela área competente da Prefeitura Municipal de Selvíria - MS.

8.1.1. Para efeito de processamento os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo (nota fiscal), de sua tabela de preço, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a

cargo de empresa independente, sempre que possível, bem como atesto de recebimento lançados no verso da nota fiscal.

8.1.2. 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.

8.2. Todos os gastos efetuados e previamente autorizados e comprovados, para o bom desempenho dos serviços da CONTRATADA ou de seus representantes será debitados ao cliente, pelo preço de custo, sem incidência de honorários ou ISS. Esses gastos, em geral, referem-se a viagens, estadas, transporte, alimentação, comunicação em geral.

8.3. Caso se constate erro ou irregularidade na nota fiscal/fatura, a CONTRATANTE, a seu critério, poderá devolvê-la para as devidas correções ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

8.3.1. Na hipótese de devolução, a nota fiscal/fatura será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

8.4. A CONTRATANTE não pagará, sem que tenha autorização prévia e formal, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

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

8.6. A CONTRATANTE reterá na fonte os tributos e contribuições incidentes sobre os pagamentos à CONTRATADA.

8.7. Fica estabelecido o percentual de juros de 6% (seis por cento) ao ano, na hipótese de mora por parte da CONTRATANTE.

CLÁUSULA NONA - DA VIGÊNCIA

9.1. O presente instrumento contratual terá a vigência de 06 (seis) meses, a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado através de Termo Aditivo, respeitado o limite previsto no inciso II, do art. 57 da Lei nº 8.666/93.

CLÁUSULA DÉCIMA - DA FISCALIZAÇÃO

10.1. A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos objetos contratados e verificará o cumprimento das especificações solicitadas, no todo ou em parte, no sentido de corresponderem ao desejado ou especificado.

10.2. A fiscalização pela CONTRATANTE não desobriga a CONTRATADA de sua responsabilidade quanto à perfeita execução do objeto deste instrumento.

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

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

10.5. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE e/ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito a este instrumento.

10.6. A CONTRATANTE realizará, avaliação da qualidade do atendimento, dos resultados concretos dos esforços sugeridos pela CONTRATADA e dos benefícios decorrentes da política de preço por ela praticada.

10.7. A avaliação será considerada pela CONTRATANTE para aquilatar a necessidade de solicitar à CONTRATADA que melhore a qualidade dos serviços, para decidir sobre a conveniência de renovar ou a qualquer tempo rescindir o presente contrato ou ainda, para fornecer quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações públicas.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

11.1. Pela inexecução total ou parcial das obrigações assumidas, garantida a prévia defesa, a administração poderá aplicar a contratada as seguintes sanções:

- a) advertência por escrito, quando o contratado praticar irregularidades de pequena monta;
- b) multa administrativa no percentual de 0,5% (meio por cento) por dia de atraso na entrega sobre o valor inadimplido, a partir do primeiro dia útil da data fixada para a entrega do objeto, limitada a 10% (dez por cento) do valor empenhado;
- c) suspensão temporária de participação em licitação, impedimento de contratar com a Administração, até o prazo de dois anos;
- d) 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, na forma da lei perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

11.2. Por infração de qualquer outra cláusula contratual não prevista nos subitens anteriores, será aplicada multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total do respectivo serviço.

11.3. Pela recusa do adjudicatário em retirar e/ou assinar o instrumento contratual, este ficará sujeito ao pagamento de 10% (dez por cento) do valor do respectivo serviço, a título de indenização, com exceção dos casos fortuitos ou de força maior.

11.4. As penalidades previstas no item anterior não se aplicarão às licitantes remanescentes convocadas em virtude da não aceitação da primeira colocada, ressalvado o caso de inadimplemento contratual, após a contratação de qualquer das empresas.

11.5. Quaisquer multas aplicadas deverão ser recolhidas no órgão competente até 05 (cinco) dias úteis contados de sua publicação na Imprensa, podendo ainda ser descontadas de qualquer fatura ou crédito existente, a critério da contratante.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DA RESCISÃO

12.1. O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei n. 8.666/93 e suas alterações.

12.2. A rescisão, por algum dos motivos previstos na Lei n. 8.666/93 e suas alterações, não dará à CONTRATADA direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial.

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

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

12.5. Em caso de cisão, incorporação ou fusão da CONTRATADA com outras empresas, caberá à CONTRATANTE decidir pela continuidade do presente contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DA NOVAÇÃO

13.1. A não utilização, por qualquer das partes, dos direitos a elas assegurados neste contrato e na Lei em geral, a não aplicação de quaisquer sanções neles previstas não importa em novação a seus termos, não devendo, portanto, ser interpretada como renúncia ou desistência de aplicação ou de ações futuras sendo que todos os recursos postos à disposição da CONTRATANTE serão considerados como cumulativos e não alternativos, inclusive em relação a dispositivos legais.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DAS ALTERAÇÕES

14.1. O presente contrato poderá ser alterado para ajuste de condições supervenientes que impliquem em modificações nos casos previstos em diploma legal pertinente à matéria.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DA PUBLICAÇÃO DO EXTRATO

15.1. A publicação do presente instrumento, em extrato na Imprensa, ficará a cargo da CONTRATANTE, no prazo e forma dispostos pela legislação pertinente.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DO FORO

16.1. Fica eleito o foro da Comarca de Três Lagoas - MS para dirimir todas as questões oriundas do presente contrato, sendo esta competente para a propositura de qualquer medida judicial decorrente deste instrumento contratual, com a exclusão de qualquer outro por mais privilegiado que seja.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SELVÍRIA

ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL



E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em 2 (duas) vias de igual teor e forma, juntamente com as testemunhas abaixo, de tudo cientes, para que produzam seus efeitos legais e jurídicos.

_____, ____ de _____ de 2018.

Contratante

Contratada

Testemunhas:

CPF

CPF

ANEXO III

**PROCESSO LICITATÓRIO Nº 016/2018
EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/2018
TÉCNICA E PREÇO**

DECLARAÇÃO DE IDONEIDADE

(nome da empresa), CNPJ/MF nº. _____, sediada (endereço completo), por seu representante abaixo assinado declara, sob as penas da Lei, que:

a) Não se encontra declarada inidônea para licitar ou contratar com órgãos ou entidades da Administração Pública Federal, Estadual, Municipal e do Distrito Federal.

Local e data:

Assinatura e número da identidade do representante legal e CNPJ da empresa.

ANEXO IV

**PROCESSO LICITATÓRIO Nº 016/2018
EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/2018
TÉCNICA E PREÇO**

DECLARAÇÃO DE QUE NÃO EMPREGA MENORES

(nome da empresa), CNPJ/MF nº. _____, sediada (endereço completo), por seu representante abaixo assinado declara sob as penas da Lei que não há no quadro de pessoal desta empresa empregado(s) com menos de 18 (dezoito) anos de idade em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e de 16 (dezesesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, nos termos do Inciso XXXIII do art. 7º, da Constituição Federal e art. 27, V, da Lei n. 8.666, de 21 de junho de 1993, sob a nova redação da Lei n.º 9.854, de 27 de outubro de 1999.

Local e data:

Assinatura e número da identidade do representante legal e CNPJ da empresa

ANEXO V

**PROCESSO LICITATÓRIO Nº 016/2018
EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/2018
TÉCNICA E PREÇO**

MODELO DA PROPOSTA DE PREÇO

À Prefeitura Municipal de Selvíria - MS.

Vimos apresentar nossa proposta para prestação de serviços de publicidade para a Prefeitura Municipal de Selvíria - MS, objeto da Concorrência Pública nº 001/2018, declarando estarmos de acordo com os termos do instrumento convocatório e das normas nele citadas.

1 - Oferecemos a concessão do desconto de ____% (____ por cento) sobre os custos internos da agência, apurados em relação à Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul, considerando o que dispõe a alínea “b”, do item 3.11, das Normas Padrão da Atividade Publicitária do Conselho Executivo de Normas Padrão.

2 - Propomos ____% (____ por cento) de honorários de produção realizada por terceiros ou custo efetivo de serviços e suprimentos contratados, considerando o que dispõe a alínea “c”, do item 3.6.1, das Normas Padrão da Atividade Publicitária do Conselho Executivo de Normas Padrão.

3 - Propomos ____% (____ por cento) de honorários, quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento dos serviços ou suprimentos, considerando o que dispõe a alínea “d”, do item 3.6.2, das Normas Padrão da Atividade Publicitária do Conselho Executivo de Normas Padrão.

4 - Declaramos que, se vier a ser contratada, esta empresa se responsabilizará integralmente pelos encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários e comerciais incidentes sobre o contrato.

5 - O prazo de validade desta proposta é de ____ (____) dias a contar de sua apresentação.

Local e data.

Assinatura identificada do representante legal da agência licitante.

ANEXO VI

**PROCESSO LICITATÓRIO Nº 016/2018
EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/2018
TÉCNICA E PREÇO**

**TABELA DO SINAPRO - VIGENTE EM 2017
TABELA DE CUSTOS REFERENCIAIS PARA SERVIÇOS DE PUBLICIDADE**

Planejamentos:

PEÇA >	2017 >
Calendário Anual Institucional	R\$ 17.600
Calendário Anual Promocional	R\$ 17.600
Diagnóstico Empresarial (por hora de consultoria)	R\$ 660
Planejamento de Ação de Guerrilha	R\$ 9.900
Planejamento de Ações Promocionais	R\$ 8.800
Planejamento de Campanha de Incentivo e ou Relacionamento	R\$ 17.600
Planejamento de Campanha Institucional ou Promocional	R\$ 17.600
Planejamento de Comunicação	R\$ 27.500
Planejamento de Comunicação Estadual	R\$ 27.500
Planejamento de Comunicação Nacional	R\$ 55.000
Planejamento de Comunicação Regional	R\$ 16.500
Planejamento de Convenção / Feiras	R\$ 7.700
Planejamento de Evento	R\$ 7.700
Planejamento de Lançamento / Relançamento de Produto	R\$ 17.600
Planejamento de Lançamento de Empresa	R\$ 27.500
Planejamento de Lançamento Imobiliário	R\$ 17.600
Planejamento de Mídia	R\$ 5.060

Logotipia/Identidade Visual:

PEÇA >	Layout >	Finalização >	2017 >
Envelopamento de Carro Grande	R\$ 1.650	R\$ 1.980	R\$ 3.630
Envelopamento de Carro Pequeno	R\$ 1.540	R\$ 1.980	R\$ 3.520
Envelopamento de Frota	R\$ 6.160	R\$ 2.640	R\$ 8.800
Envelopamento de Ônibus	R\$ 1.760	R\$ 2.420	R\$ 4.180
Envelope simples / bloco	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Etiqueta de Roupa	R\$ 946	R\$ 1.210	R\$ 2.156
Fachada Publicitária	R\$ 5.060	R\$ 2.640	R\$ 8.800
Logotipo / Logomarca	R\$ 6.930	R\$ 2.970	R\$ 9.900
Logotipo / Logomarca Promocional	R\$ 4.950	R\$ 1.650	R\$ 6.600
Logotipo / Logomarca Reformulação	R\$ 6.391	R\$ 2.739	R\$ 9.130
Manual de Identidade Visual Básico	R\$ 1.980	R\$ 2.420	R\$ 4.400
Manual de Utilização de Logotipo / Logomarca	R\$ 1.760	R\$ 1.980	R\$ 3.740
Nome	-	-	R\$ 5.060
Papelaria / Cartão de Visita	R\$ 1.210	R\$ 616	R\$ 1.826
Papelaria / Envelope Offício / Saco (cada)	R\$ 1.430	R\$ 616	R\$ 2.046
Papelaria / Papel Timbrado	R\$ 1.210	R\$ 616	R\$ 1.826
Papelaria / Pasta	R\$ 1.650	R\$ 616	R\$ 2.266
Slogan	-	-	R\$ 3.300
Totem	R\$ 1.980	R\$ 2.530	R\$ 4.510
Uniforme	R\$ 1.980	R\$ 2.530	R\$ 4.510

Mídia Impressa > Jornal:

PEÇA >	Layout >	Finalização >	2017 >
Página Dupla	R\$ 4.334	R\$ 2.706	R\$ 7.040
01 Página	R\$ 3.432	R\$ 2.288	R\$ 5.720
1/2 até Rouba Página	R\$ 2.838	R\$ 1.892	R\$ 4.730
1/4 até 1/2 Página	R\$ 1.450	R\$ 966	R\$ 2.416
1/8 até 1/4 de Página	R\$ 942	R\$ 628	R\$ 1.570
Até 1/8 de Página	R\$ 564	R\$ 376	R\$ 941

Mídia Impressa > Publicidade Legal/Balanços:

PEÇA >	Layout >	Finalização >	2017 >
Página Dupla	R\$ 2.310	R\$ 1.540	R\$ 3.850
01 Página	R\$ 1.650	R\$ 1.100	R\$ 2.750
1/2 até Rouba Página	R\$ 1.452	R\$ 968	R\$ 2.420
1/4 até 1/2 Página	R\$ 1.056	R\$ 704	R\$ 1.760
1/8 até 1/4 de Página	R\$ 924	R\$ 616	R\$ 1.540
Até 1/8 de Página	R\$ 369	R\$ 246	R\$ 616

Mídia Impressa > Revista:

PEÇA >	Layout >	Finalização >	2017 >
Página Dupla	R\$ 3.520	R\$ 1.760	R\$ 5.280
01 Página	R\$ 2.750	R\$ 1.210	R\$ 3.960
2/3 de página	R\$ 2.310	R\$ 935	R\$ 3.245
1/2 página	R\$ 1.760	R\$ 880	R\$ 2.640
1/4 página	R\$ 1.430	R\$ 616	R\$ 2.046
Valor mínimo	R\$ 880	R\$ 748	R\$ 1.628

Mídia Eletrônica > Audiovisuais:

PEÇA >	2017 >
Assinatura / Vinheta Eletrônica	R\$ 7.761
Audiovisual / Documentário 3' a 5' - Roteiro	R\$ 18.480
Audiovisual / Documentário 5' a 10' - Roteiro	R\$ 25.872
Audiovisual / Documentário 10' a 20' - Roteiro	R\$ 34.496
Audiovisual / Documentário acima de 20' - Roteiro	<i>a combinar</i>
Audiovisual / Documentário - Direção de Arte	R\$ 8.008
Filme / VT Direção de Arte	R\$ 3.388
Filme / VT Institucional até 30" - Roteiro	R\$ 9.130
Filme / VT Institucional até 60" - Roteiro	R\$ 11.748
Filme / VT Institucional de 60" a 2' - Roteiro	R\$ 14.982
Filme / VT Ofertas até 30" - Roteiro	R\$ 5.852
Filme / VT Ofertas até 60" - Roteiro	R\$ 7.854
Filme / VT Ofertas de 60" a 2' - Roteiro	R\$ 9.548
Jingle até 30" - Roteiro	R\$ 6.204
Jingle de 30" a 60" - Roteiro	R\$ 7.436
Jingle de 60" a 2' - Roteiro	R\$ 8.668
Motion Design até 15"	R\$ 3.300
Motion Design de 15" até 30"	R\$ 3.905
Motion Design de 30" até 45"	R\$ 5.115
Motion Design acima 45"	R\$ 5.940
Static Design	R\$ 4.290
Roteiro / Merchandising	R\$ 5.236
Roteiro Flash / Foguete	R\$ 5.236

Roteiro / Carro de Som	R\$ 5.236
Spot até 30" - Roteiro	R\$ 2.772
Spot de 30" a 60" - Roteiro	R\$ 4.004
Spot de 60" a 2' - Roteiro	R\$ 5.236

Mídia > Outdoor:

PEÇA >	Layout >	Finalização >	2017
Banco de Praça	R\$ 1.108,80	R\$ 739,20	R\$ 1.848
Busdoor	R\$ 2.217,60	R\$ 1.478	R\$ 3.696
Busside	R\$ 3.520	R\$ 1.760	R\$ 5.280
Faixa de Rua	R\$ 847	R\$ 363	R\$ 1.210
Faixa para Avião	R\$ 847	R\$ 363	R\$ 1.210
Gradil	R\$ 847	R\$ 363	R\$ 1.210
Minidoor	R\$ 2.420	R\$ 1.650	R\$ 4.070
Muro	R\$ 825	R\$ 1.430	R\$ 2.255
Ônibus / Abrigo	R\$ 2.217	R\$ 1.478	R\$ 3.696
Ônibus / Testeira de Ponto	R\$ 1.108	R\$ 739	R\$ 1.848
Outdoor	R\$ 3.520	R\$ 1.760	R\$ 5.280
Outdoor Duplo	R\$ 4.180	R\$ 1.760	R\$ 5.940
Painel (Triface / Backlight / Frontlight)	R\$ 3.410	R\$ 1.650	R\$ 5.060
Painel Eletrônico	R\$ 2.956	R\$ 1.971	R\$ 4.928
Placa Comemorativa	R\$ 1.108	R\$ 739	R\$ 1.848
Placa de Esquina	R\$ 825	R\$ 1.595	R\$ 2.420
Placa de Estrada	R\$ 2.956	R\$ 1.971	R\$ 4.928
Placa de Obra	R\$ 2.402	R\$ 1.601	R\$ 4.004
Placa de Sinalização	R\$ 1.201	R\$ 800	R\$ 2.002

Pórtico de Entrada	-	-	<i>a combinar</i>
Prédio / Empena	R\$ 3.542	R\$ 1.518	R\$ 5.060

Mídia > Outdoor:

PEÇA >	Layout >	Finalização >	2017 >
Prédio / Envelopamento	R\$ 5.082	R\$ 2.178	R\$ 7.260
Protetor de Árvores	R\$ 924	R\$ 616	R\$ 1.540
Relógio Digital	R\$ 1.386	R\$ 924	R\$ 2.310
Sanca (metrô/trem)	R\$ 1.386	R\$ 924	R\$ 2.310
Tapume	R\$ 2.402	R\$ 1.601	R\$ 4.004
Táxi / Teto Luminoso	R\$ 1.108	R\$ 739	R\$ 1.848
Taxidoor	R\$ 2.217	R\$ 1.478	R\$ 3.696

Mídia > Indoor:

PEÇA >	Layout >	Finalização >	2017 >
Adesivo Lateral Escada Rolante	R\$ 1.848	R\$ 1.232	R\$ 3.080
Cartaz Interno Terminais	R\$ 1.848	R\$ 1.232	R\$ 3.080
Colunas de Garagem	R\$ 924	R\$ 616	R\$ 1.540
Decoração de Vitrine	R\$ 2.956	R\$ 1.971	R\$ 4.928
Envelopamento da Parte Superior de Portas	R\$ 924	R\$ 616	R\$ 1.540
Envelopamento de Mesas	R\$ 924	R\$ 616	R\$ 1.540
Envelopamento de Portas	R\$ 616	R\$ 924	R\$ 1.540
Floordoor	R\$ 1.320	R\$ 1.023	R\$ 2.343
Pequenos Painéis Indoor	R\$ 1.320	R\$ 1.760	R\$ 3.080
Placa de Sinalização inMall	R\$ 880	R\$ 968	R\$ 1.848
Tapume	R\$ 2.310	R\$ 1.694	R\$ 4.004

Design Editorial:

PEÇA >	2017 >
Boletim / Informativo até 04 págs	R\$ 7.150
Boletim / Informativo até 08 págs	R\$ 10.725
Boletim / Informativo até 16 págs	R\$ 16.060
Boletim / Informativo até 32 págs	R\$ 20.130
Boletim / Informativo acima de 32 págs	<i>a combinar</i>
Catálogo Capa / Miolo até 04 págs	R\$ 12.012
Catálogo Capa / Miolo até 08 págs	R\$ 15.015
Catálogo Capa / Miolo até 16 págs	R\$ 18.772
Catálogo Capa / Miolo acima de 16 págs	<i>a combinar</i>
CD ou DVD Projeto Capa / Bolacha / Encarte simples	R\$ 5.667
CD ou DVD Projeto Capa / Bolacha / Encarte de 08 a 16 págs	R\$ 8.646
Cordel Capa e Miolo até 12 págs	R\$ 10.010
Cordel Capa e Miolo até 24 págs	R\$ 12.512
Cordel Capa e Miolo acima de 24 págs	<i>a combinar</i>
House Organ Projeto/Editoração até 04 págs	R\$ 12.012
House Organ Projeto/Editoração até 08 págs	R\$ 15.015
House Organ Projeto/Editoração até 16 págs	R\$ 18.788
House Organ Projeto/Editoração acima de 16 págs	<i>a combinar</i>

Design Editorial:

PEÇA >	2017 >
Livreto até 04 págs	R\$ 10.010
Livreto até 08 págs	R\$ 15.015
Livreto até 16 págs	R\$ 22.484

Livreto até 32 págs	R\$ 28.182
Livreto até 64 págs	R\$ 35.266
Livreto acima de 64 págs	<i>a combinar</i>
Livro de Arte - Projeto Gráfico (capa)	R\$ 13.200
Livro de Arte - Projeto Gráfico (miolo) até 104 págs	R\$ 92.400
Livro de Arte - Projeto Gráfico (miolo) até 256 págs	R\$ 147.840
Livro de Arte - Projeto Gráfico (miolo) acima de 256 págs	<i>a combinar</i>
Livro Texto Corrido - Projeto Gráfico (capa)	R\$ 6.160
Livro Texto Corrido - Projeto Gráfico (miolo) até 104 págs	R\$ 18.480
Livro Texto Corrido - Projeto Gráfico (miolo) até 256 págs	R\$ 23.100
Livro Texto Corrido - Projeto Gráfico (miolo) até 432 págs	R\$ 28.875
Livro Texto Corrido - Projeto Gráfico (miolo) acima de 432 págs	<i>a combinar</i>
Livro Txt + fotos-ilustrações-tabelas-gráficos, Proj. Gráf. (capa)	R\$ 8.008
Livro Txt + fotos-ilustrações-tabelas-gráficos, Proj. Gráf. (miolo) até 104 págs	R\$ 24.024
Livro Txt + fotos-ilustrações-tabelas-gráficos, Proj. Gráf. (miolo) até 256 págs	R\$ 30.030
Livro Txt + fotos-ilustrações-tabelas-gráficos, Proj. Gráf. (miolo) até 432 págs	R\$ 37.537
Livro Txt + fotos-ilustrações-tabelas-gráficos, Proj. Gráf. (miolo) acima de 432 págs	<i>a combinar</i>

Design Editorial:

PEÇA >	2017 >
Manual Técnico até 04 págs	R\$ 10.010
Manual Técnico até 08 págs	R\$ 15.015
Manual Técnico até 16 págs	R\$ 22.484
Manual Técnico até 32 págs	R\$ 28.182
Manual Técnico até 64 págs	R\$ 35.266
Manual Técnico acima de 64 págs	<i>a combinar</i>

Portfólio (capa e miolo) até 08 págs	R\$ 15.015
Portfólio (capa e miolo) até 16 págs	R\$ 18.788
Portfólio (capa e miolo) até 32 págs	R\$ 23.562
Portfólio (capa e miolo) até 64 págs	R\$ 29.260
Portfólio (capa e miolo) acima de 64 págs	<i>a combinar</i>
Relatório de Diretoria (capa e miolo) até 08 págs	R\$ 13.860
Relatório de Diretoria (capa e miolo) até 16 págs	R\$ 17.325
Relatório de Diretoria (capa e miolo) até 32 págs	R\$ 21.560
Relatório de Diretoria (capa e miolo) até 64 págs	R\$ 27.350
Relatório de Diretoria (capa e miolo) acima de 64 págs	<i>a combinar</i>
Revista Projeto Gráfico (capa e miolo) até 16 págs	R\$ 22.000
Revista Projeto Gráfico (capa e miolo) até 32 págs	R\$ 33.000
Revista Projeto Gráfico (capa e miolo) até 64 págs	R\$ 44.000
Revista Projeto Gráfico (capa e miolo) acima de 64 págs	<i>a combinar</i>

Embalagens:

PEÇA >	Layout >	Finalização >	2017 >
Bula	R\$ 1.364	R\$ 1.870	R\$ 3.234
Caixa de Embarque	R\$ 2.970	R\$ 2.882	R\$ 5.852
Cartela	R\$ 946	R\$ 1.210	R\$ 2.156
Cinta para Embalagem	R\$ 946	R\$ 1.364	R\$ 2.310
Display	R\$ 5.280	R\$ 2.112	R\$ 7.392
Embalagem	R\$ 6.468	R\$ 2.772	R\$ 9.240
Embalagem Blister	R\$ 7.458	R\$ 4.400	R\$ 11.858
Embalagem de Linha de Produtos (até 05 produtos)	R\$ 15.092	R\$ 6.468	R\$ 21.560
Embalagem Promocional	R\$ 4.620	R\$ 3.080	R\$ 7.700

Embalagem / Reformulação	R\$ 3.960	R\$ 3.080	R\$ 7.040
Mascote	R\$ 4.400	R\$ 1.760	R\$ 6.160
Mock-up	R\$ 4.400	R\$ 1.760	R\$ 6.160
Pictograma	R\$ 3.850	R\$ 1.650	R\$ 5.500
Rótulo	R\$ 6.468	R\$ 2.772	R\$ 9.240
Rótulo de Linha de Produtos (até 05 produtos)	R\$ 15.092	R\$ 6.468	R\$ 21.560
Rótulo Promocional	R\$ 4.620	R\$ 3.080	R\$ 7.700
Rótulo / Reformulação	R\$ 3.960	R\$ 3.080	R\$ 7.040
Sacola Institucional	R\$ 5.236	R\$ 2.244	R\$ 7.480
Sacola Promocional	R\$ 2.156	R\$ 924	R\$ 3.080

Materiais Impressos, Capas e Páginas:

PEÇA >	Layout >	Finalização >	2017 >
Agenda Capa	R\$ 1.848	R\$ 1.232	R\$ 3.080
Agenda Projeto / Finalização	R\$ 5.544	R\$ 3.696	R\$ 9.240
Álbum Capa	R\$ 1.980	R\$ 1.870	R\$ 3.850
Álbum Projeto / Finalização	R\$ 4.180	R\$ 4.840	R\$ 9.020
Apostila Capa	R\$ 2.046	R\$ 2.310	R\$ 4.356
Apostila Desenvolvimento (por pág)	R\$ 616	R\$ 594	R\$ 1.210
Book Projeto / Finalização	R\$ 4.620	R\$ 3.080	R\$ 7.700
Broadside Projeto / Finalização	R\$ 5.852	R\$ 2.508	R\$ 8.360
Caderno Capa	R\$ 1.936	R\$ 1.298	R\$ 3.234
Caderno Desenvolvimento (por pág)	R\$ 431	R\$ 184	R\$ 616
Calendário de Mesa 1 lâmina	R\$ 2.310	R\$ 1.540	R\$ 3.850
Calendário de Mesa Múltiplas Lâminas	R\$ 3.696	R\$ 2.464	R\$ 6.160
Calendário de Parede 1 Lâmina	R\$ 2.310	R\$ 1.540	R\$ 3.850

Calendário de Parede Múltiplas Lâminas	R\$ 3.696	R\$ 2.464	R\$ 6.160
Cardápio Projeto / Finalização	R\$ 5.544	R\$ 3.696	R\$ 9.240
Carnê Capa	R\$ 1.386	R\$ 924	R\$ 2.310
Carnê Miolo	R\$ 1.386	R\$ 924	R\$ 2.310
Cartaz / Poster (de Arte)	R\$ 4.092	R\$ 2.728	R\$ 6.820
Cartaz Institucional	R\$ 2.772	R\$ 1.848	R\$ 4.620
Cartaz Promocional	R\$ 1.848	R\$ 1.232	R\$ 3.080
Cartazete	R\$ 1.386	R\$ 924	R\$ 2.310
Carteirinha	R\$ 462	R\$ 308	R\$ 770
Circular / Carta	R\$ 554,40	R\$ 369	R\$ 924
Convite	R\$ 2.772	R\$ 1.848	R\$ 4.620
Diploma	R\$ 1.386	R\$ 924	R\$ 2.310
Editoração Tabela ou Gráfico	R\$ 924	R\$ 616	R\$ 1.540
Folder (por dobra)	R\$ 3.234	R\$ 1.386	R\$ 4.620
Formulário	R\$ 739	R\$ 492	R\$ 1.232
Ingresso	R\$ 1.848	R\$ 1.232	R\$ 3.080
Mala Direta	R\$ 4.250	R\$ 2.833	R\$ 7.084
Press Release (por lauda)	-	-	R\$ 1.540

Materiais Promocionais:

PEÇA >	Layout >	Finalização >	2017 >
Adesivo	R\$ 2.695	R\$ 1.155	R\$ 3.850
Avental	R\$ 1.540	R\$ 924	R\$ 2.464
Back Drop	R\$ 1.430	R\$ 1.650	R\$ 3.080
Balcão para Degustação	R\$ 2.530	R\$ 3.014	R\$ 5.544
Bandeira	R\$ 616	R\$ 847	R\$ 1.463

Bandeira	R\$ 616	R\$ 847	R\$ 1.463
Banner	R\$ 748	R\$ 946	R\$ 1.694
Baralho	R\$ 1.430	R\$ 2.882	R\$ 4.312
Bexiga / Bola / Balão	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Blimp	R\$ 1.430	R\$ 1.342	R\$ 2.772
Bloco de Recados	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Boné	R\$ 748	R\$ 946	R\$ 1.694
Botton	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Braçadeira	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Caixa de Fósforo	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Calendário de Bolso	R\$ 1.012	R\$ 990	R\$ 2.002
Camiseta	R\$ 946	R\$ 594	R\$ 1.540
Caneta / Lápis	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Canivete / Faca	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Cartão de Agradecimento	R\$ 1.817	R\$ 778	R\$ 2.596
Cartão de Aniversário	R\$ 1.980	R\$ 1.716	R\$ 3.696
Cartão de Natal	R\$ 1.980	R\$ 1.716	R\$ 3.696
Cartão Magnético / Crédito	R\$ 1.980	R\$ 1.716	R\$ 3.696
Cartão Postal	R\$ 946	R\$ 1.364	R\$ 2.310
Carteira para docs. Veículos etc.	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Cartela de Preço	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Chapéu	R\$ 946	R\$ 594	R\$ 1.540
Chaveiro	R\$ 946	R\$ 594	R\$ 1.540
Cinta	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Cinzeiro	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Copo / Caneca / Garrafa	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232

Crachá / Credencial	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Cupom	R\$ 946	R\$ 902	R\$ 1.848
Deflector Solar	R\$ 1.540	R\$ 924	R\$ 2.464
Display de Balcão	R\$ 1.540	R\$ 924	R\$ 2.464
Display de Ponta de Gôndola	R\$ 1.540	R\$ 924	R\$ 2.464
Display de Preço	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Display de Vitrine	R\$ 1.320	R\$ 1.078	R\$ 2.398
Estandarte	R\$ 748	R\$ 946	R\$ 1.694
Faixa de Gôndola	R\$ 616	R\$ 770	R\$ 1.386
Ficha de Inscrição	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Fita de Cabeça / Pulso	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Flâmula	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Flyer / Folheto / Panfleto / Filipeta (frente e verso)	R\$ 1.430	R\$ 1.342	R\$ 2.772
Flyer / Folheto / Panfleto / Filipeta (frente)	R\$ 1.056	R\$ 792	R\$ 1.848
Galhardete	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Guardanapo	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Guarda-sol	R\$ 1.540	R\$ 924	R\$ 2.464
Imã de Geladeira	R\$ 1.056	R\$ 792	R\$ 1.848
Inflável	R\$ 2.618	R\$ 1.122	R\$ 3.740
Lenço	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Leque	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Marcador de página	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Medalha	R\$ 1.056	R\$ 792	R\$ 1.848
Móbile	R\$ 1.320	R\$ 1.606	R\$ 2.926
Mouse pad	R\$ 1.320	R\$ 1.144	R\$ 2.464
Nécessaire	R\$ 1.320	R\$ 1.144	R\$ 2.464

Painel Fotográfico	R\$ 1.760	R\$ 1.430	R\$ 3.190
Painel / Fundo de Palco	R\$ 3.773	R\$ 1.617	R\$ 5.390
Papel de Bandeja	R\$ 1.760	R\$ 1.430	R\$ 3.190
Passador de Gôndola	R\$ 1.540	R\$ 924	R\$ 2.464
Pen Drive	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Placa Inaugurativa / Comemoração	R\$ 1.540	R\$ 924	R\$ 2.464
Plaqueta	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Porta Copo	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Praguinha	R\$ 616	R\$ 924	R\$ 1.540
Prancha PVC	R\$ 1.056	R\$ 792	R\$ 1.848
Press-kit / Pasta (capa e por lâmina)	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Raspadinha	R\$ 1.540	R\$ 924	R\$ 2.464
Régua	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Risque-Rabisque	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Saia de mesa / Faixa de mesa	R\$ 616	R\$ 924	R\$ 1.540
Selo	R\$ 1.540	R\$ 924	R\$ 2.464
Stand para feiras / Envelopagem acima de 25 mts	R\$ 5.170	R\$ 8.690	R\$ 13.860
Stand para feiras / Envelopagem até 15 mts	R\$ 3.542	R\$ 4.598	R\$ 8.140
Stand para feiras / Envelopagem de 15 a 25 mts	R\$ 3.520	R\$ 7.260	R\$ 10.780
Stand para feiras / Projeto Publicitário	<i>a combinar</i>	<i>a combinar</i>	<i>a combinar</i>
Take One	R\$ 2.090	R\$ 1.760	R\$ 3.850
Toalha	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Troféu	R\$ 2.090	R\$ 1.760	R\$ 3.850
Viseira	R\$ 616	R\$ 616	R\$ 1.232
Welcome Package	R\$ 2.090	R\$ 1.760	R\$ 3.850
Woobler	R\$ 2.048	R\$ 877	R\$ 2.926

Outros Serviços:

SERVIÇO >	2017 >
Tratamento de Imagens (outros)	<i>a combinar</i>
Tratamento de Imagens (simples)	R\$ 440
Valor de arte mínima	R\$ 616
Vetorização (por Logotipo)	R\$ 220

Design Gráfico Político > Identidade Visual:

POSIÇÃO >	2017 >
Governador	R\$ 385.000
Senador	R\$ 352.000
Deputado Federal	R\$ 264.000
Deputado Estadual	R\$ 165.000
Prefeito Capital	R\$ 264.000
Prefeito Interior	R\$ 132.000
Vereador Capital	R\$ 88.000
Vereador Interior	R\$ 49.500

Multimídia:

PEÇA >	2017 >
Power Point até 30 Telas	R\$ 5.280
Power Point acima de 30 Telas	<i>a combinar</i>

Serviços Adicionais:

PEÇA >	2017 >
Cópia com CD	R\$ 55

Cópia com Pen Drive (unidade até 8 gigas)	R\$ 88
Digitação de Textos (por lauda até 1.200 toques)	R\$ 385
Digitação de Textos / Outros idiomas (por lauda)	R\$ 577
Mapa de Localização Ilustrado	a combinar
Mapa de Localização Simples	R\$ 3.080

Índice Digital

Anúncios Display

PEÇA / TIPO >		Preço Referência >
Master (quaisquer dimensões)		R\$ 3.734
		ESTÁTICO ANIMADO
Adaptação (quaisquer dimensões)	R\$ 1.488	R\$ 1.638
		POR 18 FORMATOS
		FORMATO GND*
Replicação (Ajustes de especificações para outros veículos)	R\$ 437	R\$ 1.955

*Considerando horas de motion e replicação completa de uma campanha de display para a Rede Display Google (GDN), 18 formatos.

Formatos Publicitários Mais Utilizados

PEÇA >	Dimensões em Pixels
Arranha-céu (Skyscraper)	120 X 600
Arranha-céu largo (Wide skyscraper)	160 x 600
Banner	468 x 60
Super banner (Cabeçalho)	728 x 90
Super banner expansível	728 x 90 - 728 x 300
Giga banner (Cabeçalho grande)	970 x 90
Retângulo	180 x 150
Retângulo médio	300 x 250
Retângulo grande	336 x 280

Retângulo vertical	240 x 400
Barra vertical	200 x 446
Quadrado	250 x 250
Quadrado pequeno	200 x 200

Formatos Publicitários Mais Utilizados

PEÇA >	Dimensões em Pixels
Meia página (Half page)	300 x 600
Outdoor (Billboard)	970 x 250
Dhtml / Floater	Variável, até 72.200 pixels de área
MOBILE	
Feature Phones >	
Small Banner	120x20
Medium Banner	168x28
Large Banner	216x36
Smart Phones - Web & APPs >	
Banner e Banner Expansível	300x50
Wide Banner e Wide Banner Expansível	320x50
Interstitial	300x250

Observação:

Formatos padrão IAB e Rede Display Google (GDN). Sujeitos a alteração.

Outras Peças

PEÇA >	Criação / Finalização
Post simples/Anúncio Redes Sociais (jpg/gifs + texto)	3.354
Post Carrossel (jpg/gifs + texto)	6.708
Cover para Redes Sociais	3.354
Criação / Animação / Programação	
Anúncio para Tablet Horizontal ou Vertical	7.468
Anúncio para Tablet Horizontal e Vertical	11.202

Observações:

- 1) Adaptações de materiais já criados: 50% do valor original.
- 2) Os preços de anúncio para tablet incluem animação e programação. Para anúncio estático cobrar 60%.

Projetos

Os preços a seguir referem-se a projetos solicitados com mais frequência por clientes. Incluem os custos de horas-homem dos profissionais envolvidos, das áreas Atendimento, Planejamento, Gestão, Design/Criação, Programação e Produção de Conteúdo.

PREÇOS REFERENCIAIS

A realização de um projeto pode utilizar profissionais de todas as áreas ou não. Além disso, os projetos têm especificidades e graus de complexidade diferentes, que demandam mais ou menos horas-homem. Por isso, sugerimos a seguir preços referenciais baseados em projetos de média complexidade.

ETAPAS DE TRABALHO

Etapas de trabalho possíveis para um projeto: diagnóstico, planejamento, protótipo, layout, desenvolvimento (programação) e produção de conteúdo. A existência ou não de todas as etapas depende da natureza e do grau de complexidade do projeto.

Projetos > Business Intelligence

SERVIÇO / ESCOPO >	Preço Referência >
A disciplina Business Intelligence é ampla com várias áreas de atuação, tais como: big data, análise qualitativa e quantitativa de dados, planejamento de TI, banco de dados, entre outras. Escolhemos inserir o preço referência do serviço mais demandado pelos clientes:	

análise de campanhas de comunicação.

ANÁLISE DE BI

Análise qualitativa de dados gerados a partir das diversas plataformas disponíveis no mercado que coletam dados nos canais utilizados nas ações.

A análise consiste na interpretação dos dados tabulados extraindo informações relevantes para a validação da estratégia e objetivos definidos para a ação (KPIs), gerando relatório de recomendações para a implementação de correções ou ajustes nas diversas ações em desenvolvimento.

R\$ 6.720

Observação:

Análise estimada para campanhas de porte médio, com até 5 canais digitais diferentes

Projetos > **Campanhas Digitais**

SERVIÇO / ESCOPO >

Preço Referência
>

>>> PLANEJAMENTO DE CAMPANHA

Abrange 2 áreas distintas: planejamento estratégico e o planejamento de mídia, ambos para campanhas digitais. Partimos do princípio de que as premissas globais como objetivos, metas, matriz swot e demais componentes de um planejamento estratégico da marca já foram feitos e implementados.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE CAMPANHAS DIGITAIS

A partir de briefing padrão com todas as informações referentes a campanha a ser planejada a equipe de planejamento, em conjunto com as equipes de BI e Mídia, desenvolverão o planejamento estratégico da campanha definindo: métodos de abordagem, personas alvo das ações, jornada do consumidor de acordo com o produto ou serviço objeto da campanha e objetivos a serem atingidos.

R\$ 35.300

PLANEJAMENTO DE MÍDIA PARA CAMPANHAS DIGITAIS

A partir de briefing padrão com todas as informações referentes a campanha a ser planejada, somados as informações do planejamento estratégico da campanha, a equipe de mídia definirá: canais digitais que melhor atendem a estratégia definida, volume de mídia em cada canal, plano de mídia padrão com todo o detalhamento técnico dos canais escolhidos, KPIs, modelos e periodicidade de relatório para o cliente.

R\$ 24.100

Observação:

Planejamento estimado para campanhas de porte médio com volume de autorização de mídia com até 5 canais digitais.

Projetos > **Campanhas Digitais**

SERVIÇO / ESCOPO >	Preço Referência >
>>> GESTÃO DE CAMPANHA DE PERFORMANCE Acompanhamento diário da campanha, com otimização constante, incluindo a implementação de recursos e ferramentas que visam garantir a melhor performance da conta, além do controle orçamentário da campanha.	
REDE DE PESQUISA (LINKS PATROCINADOS) Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada
REDE DE DISPLAY Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada
PROGRAMÁTICA Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada

Observação:

Preço mínimo para Gestão de Campanha de Performance: R\$ 5.200/mês.

Projetos > **Redes Sociais**

SERVIÇO / ESCOPO >	Preço Referência >
>>> PLANEJAMENTO DE REDES SOCIAIS O planejamento de redes sociais inclui definição dos objetivos, conteúdo, plataformas e canais, incluindo a identidade visual desses canais, recursos a serem utilizados, persona da marca, métricas e monitoramento de resultados. Exige um diagnóstico que consiste em mapear a atuação da marca nas diversas plataformas sociais e a identidade percebida e compartilhada por seus stakeholders.	
• Diagnóstico da presença nas redes sociais • Definição dos objetivos a serem atingidos • Avaliação das melhores plataformas para a marca e definição do papel estratégico de cada uma • Criação de guia de conteúdo, incluindo a identidade visual, recursos a ser utilizados, persona da marca, tom de voz, editorial e volumetria • Definição de métricas para acompanhamento • Definição de ferramentas para análise de desempenho	R\$ 27.200

>>> GESTÃO DE REDES SOCIAIS

Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação. Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais. O monitoramento contínuo inclui o relacionamento com os stakeholders, análises de métricas relevantes e ações emergenciais de acordo com o que for detectado.

GESTÃO DE CANAIS E CONTEÚDO • Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação • Publicação de conteúdo próprio ou de terceiros • Planejamento recorrente dos temas abordados no mês • Customização das fanpages com o mote do período • Gerenciamento de fluxo de aprovação de conteúdo junto ao cliente • Volumetria: até 03 redes sociais, postagens nas seguintes quantidades: Facebook 3 posts/semana, Twitter 1 post/dia, Instagram 2 posts/semana • Insights para a produção de conteúdo • Entrega e apresentação de relatório mensal	R\$ 12.500 / Mês
---	------------------

Projetos > **Redes Sociais**

SERVIÇO / ESCOPO >	Preço Referência >
GESTÃO DE MONITORAMENTO • Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais (até 8.000 menções/mês) • Monitoramento de interações das pessoas com a marca e com as postagens • Monitoramento das postagens com métricas, análise, avaliação de resultados • Monitoramento de menções e temperatura de humor • Monitoramento de resultados de ações e campanhas • Indicadores de desempenho (KPIs) • Acordo de Nível de Serviço 5x8 • Entrega e apresentação de relatório mensal.	R\$ 7.800 / Mês
GESTÃO DE RELACIONAMENTO • Monitoramento do relacionamento dos seguidores com a marca • Classificação do perfil de seguidores e influenciadores • Monitoramento e análise para ações emergenciais complexas e sem complexidade • Acordo de Nível de Serviço 5x8 • Volume médio de 150 interações por mês • Entrega e apresentação de relatório mensal	R\$ 11.000 / Mês

Observação:

Os preços não incluem contratação de ferramenta de gestão e monitoramento em redes sociais.

Projetos > **SEO (Search Engine Optimization)**

SERVIÇO / ESCOPO >	Preço Referência >
>>> PLANEJAMENTO Etapas fundamentais para o sucesso dos projetos de SEO, o planejamento identifica os melhores termos (palavras-chave) e melhores canais para posicionar a marca, considerando o produto/serviço, concorrência e, principalmente, volume de buscas na internet, a fim de assegurar o melhor posicionamento da marca nos sites de busca. São definidas as metas e os KPIs que nortearão a gestão de SEO. Estratégias de link building, conteúdo e performance também são definidas no planejamento, bem como melhorias técnicas para otimizar a indexabilidade nos mecanismos de busca	
• Análise do comportamento de busca do mercado da empresa • Definição de palavras-chave positivas e negativas que afetam a audiência • Identificação das palavras-chave que estão mais associadas ao domínio • Definição dos melhores canais (buscadores) • Definição dos tipos de conteúdo mais adequados • Definição das estratégias de link building • Análise do Ranking orgânico (organic) e de autoridade (authority) • Estudo de consistência das palavras-chave em páginas específicas • Traffic source - tendências no volume de buscas para o mercado/segmento, em todos os buscadores. • Análise do Campo Semântico para qualificação da audiência desejada • Definição da estratégia de Gestão de Autoridade • Definição de Metas e KPIs	R\$ 23.500

Projetos > **SEO (Search Engine Optimization)**

SERVIÇO / ESCOPO >	Preço Referência >
>>> GESTÃO A gestão de SEO é um trabalho contínuo, visto que os algoritmos de busca evoluem constantemente. Inclui link building, instruções técnicas para otimização de páginas, códigos do site, otimização do conteúdo e das imagens, instruções para otimização de back-links e, principalmente, gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento.	
Diagnóstico e Setup Inicial do Canal Consiste em ações técnicas no canal, executadas no início do trabalho de gestão, que visam corrigir falhas e tornar o canal ótimo e relevante pelos buscadores.	

• Apontamento de otimizações da estrutura da informação no site • Melhorias no Title e Meta Description • Correções na indexação do site (rastreamento, ações manuais, dns, 404, robots, sitemaps e servidor) • Levantamento de Transferência de propriedade e autoridade de página/domínio • Análises de Broken Link, Backlinks e Link Building • Identificação de erros e fatores que podem ser interpretados como black hat • Relatório de posição do site na busca orgânica em palavras-chave positivas	R\$ 11.500
---	------------

Observação:

Preço para 20 Seções/Templates.

>>> GESTÃO DE SEO

A gestão de SEO é um trabalho contínuo, visto que os algoritmos de busca evoluem constantemente. É fundamental para chegar à primeira página dos buscadores e manter o site em evidência.

• Orientações para criação de conteúdos relacionados aos objetivos traçados • Instruções técnicas para otimização de páginas • Revisão constante de códigos do canal • Otimização do conteúdo e das imagens • Instruções para otimização de back-links • Gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento • Volume sugerido criação de um conteúdo por semana.	R\$ 9.500 / Mês
---	-----------------

Observação:

Escopos e investimentos estimados para um canal de pequeno e médio porte com especificação funcional semelhante aos citados nesta tabela.

Projetos > **Website**

SERVIÇO / ESCOPO >	Preço Referência >
Responsivo com 10 seções. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end para um novo website. Painel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 37.100
CRIAÇÃO > Referência >	Preço
Website	R\$ 14.840

Projetos > **Hotsite**

SERVIÇO/ESCOPO>	Preço Referência>
-----------------	-------------------

Tecnicamente idêntico ao website, porém com uma estrutura de seções menor e mais focada a lançamentos de promoções, concursos, eventos, entre outros. Possui um período de vida definido e precisa ter uma estratégia de comunicação bem elaborada, alinhada com a estratégia da campanha.

Hotsite de evento com 8 seções, sem meio de pagamento ou controles integrados. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Painel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores.	R\$ 21.359
CRIAÇÃO > Referência >	Preço
Hotsite	R\$ 8.545

Projetos > **Mobile Site**

SERVIÇO/ESCOPO>	Preço Referência>
Versão de um website já existente. 10 seções: Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias (fotos, vídeos), Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Painel de Administração para atualização de conteúdo. HTML, desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes em até 10 resoluções diferentes de dispositivos móveis.	R\$ 22.200

Projetos > **Blog**

SERVIÇO/ESCOPO>	Preço Referência>
-----------------	-------------------

O Blog nada mais é que um website com foco em divulgar rapidamente informações de um modo simples e rápido.

Responsivo com 5 seções: Home, Categoria de conteúdo, Conteúdo, Resultados de Busca e Fale conosco. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Painel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 14.400
CRIAÇÃO >	Preço Referência >
Blog	R\$ 5.760

Projetos > **Landing Page**

Página criada exclusivamente como destino de uma campanha. Tem como principal objetivo informar o usuário sobre uma determinada ação, lançamento, promoção com foco em aumentar o engajamento e conversão.

SERVIÇO/ESCOPO>	PREÇO REFERENCIA>
Página única de campanha já definida no planejamento, responsiva, com os seguintes elementos: Até 3 banners em slider, até 2 blocos de textos, até 10 imagens, até 3 vídeos incorporados de ferramenta de terceiros, formulário de captação que envia um e-mail ao administrador. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 7.120
CRIAÇÃO >	Preço Referência >
Landing Page	R\$ 2.848

Observações válidas para Website, Hotsite, Mobile Site, Blog e Landing Page:

- 1) Os preços não incluem produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo.
- 2) Os preços não incluem hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.

Projetos > **Mobile App**

SERVIÇO / ESCOPO >	Preço Referência >
------------------------------	------------------------------

Desenvolvimento de aplicativo híbrido, proprietário, para as plataformas Android e IOS. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Funcionalidades: Login, Logout, Esqueci minha senha, Termos de Uso, Cadastro, Sobre o Aplicativo, Galeria de Fotos, Notícias, Push notification, Eventos, Alteração de dados cadastrais. Painel de Administração para atualização de conteúdo e APIs de integração entre o Back-end e o APP. Compatibilidade e testes nas últimas versões de sistema operacional dos principais dispositivos.	R\$ 57.600
---	------------

Observação:

O preço não inclui produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo.

Projetos > **E-commerce**

Customização de e-commerce, utilizando plataforma de mercado existente. Em caso de plataformas open-source, é definido um tema padrão e com base nisto é feita toda customização. Em caso de plataforma proprietária, é utilizado o tema já existente e feito as customizações dentro dos limites da plataforma.

E-commerce para empresas de pequeno e médio porte com nível de maturidade média em venda on-line. Layout e desenvolvimento front-end e back-end. Personalização das seguintes páginas: Home, Categoria de Produtos, Produto, Carrinho de Compras, Finalização de Pedido, Resultados de Busca, Institucional. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 48.200
CRIAÇÃO >	Preço Referência >
E-commerce	R\$ 19.280

Observações:

- 1) O preço não inclui: planejamento, treinamento, homologação de meios de pagamento, homologação de formas de entrega e carga de produtos.
- 2) O preço não inclui desenvolvimento ou locação de plataforma, que deve ser orçado à parte.
- 3) O preço não inclui hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.

Projetos > **E-mail Marketing**

SERVIÇO / ESCOPO >	Preço Referência >
CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DO HTML Criação de layout com conteúdo produzido a partir de briefing do cliente, mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração.	R\$ 3.354
OUTROS SERVIÇOS DE E-MAIL MARKETING Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes	<i>sob consulta</i>

Projetos > **Newsletter**

SERVIÇO / ESCOPO >	Preço Referência >
CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DO HTML Criação de layout mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração. <i>*Conteúdo especializado produzido pelo cliente.</i>	R\$ 3.354
OUTROS SERVIÇOS DE NEWSLETTER Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.	<i>sob consulta</i>

Modelo de Precificação Opcional

Custos referenciais hora-homem para planejamento, criação, execução e gestão de projetos digitais, com natureza e grau de complexidade diferentes e custos variáveis.

Exemplos:

Site, mobile site, hot site, e-commerce, landing page, blog e mobile app; Análise de presença, Planejamento e Gestão de marcas em redes sociais; Planejamento e Gestão de campanhas digitais;

Planejamento, setup e gestão de SEO;

Produção de conteúdo especializado e multimídia para sites, redes sociais, etc; Criação e produção de Intervenções diferenciadas.

O orçamento final será baseado em três pilares essenciais:

- 1) Detalhamento claro do escopo de trabalho;
- 2) Metodologia para execução e gestão de projeto;

3) Tecnologia adotada.

Existem 5 áreas básicas, necessárias para o desenvolvimento dos serviços digitais.

ÁREAS	Custo Hora-Homem
Planejamento	R\$ 380 a R\$ 457
Atendimento e Gestão	R\$ 305 a R\$ 381
Design/Criação	R\$ 305 a R\$ 381
Produção de Conteúdo (web ou redes sociais)	R\$ 264 a R\$ 323
Programação	R\$ 228 a R\$ 305

Critérios Gerais

01) 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 Propaganda, particularmente a Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e os Decretos nº57.690 de 1º fevereiro de 1966 e nº 4.563/2002.

02) Os custos internos são cobrados conforme os valores estipulados nestes Custos Referenciais e devem obedecer ao item 3.6 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo CENP.

03) Remuneração da agência de propaganda:

a) Pelo planejamento de mídia e pela intermediação na contratação de espaço/tempo publicitário, a agência receberá dos veículos de divulgação, 20% sobre o valor da mídia. Essa remuneração é exclusivamente concedida às agências de propaganda e não pode ser repassada ao anunciante direto (cf. subitem 3.11.2, "b" e "c" das Normas-Padrão).

b) Pela responsabilidade de pesquisar opções de terceirização buscando sempre a melhor relação entre qualidade, preço e agilidade dos fornecedores de serviços auxiliares, bem como pelo acompanhamento e controle de todas as fases de produção que serão executadas materialmente por terceiros fornecedores, a Agência é remunerada pelo cliente no percentual de 15% sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com esses mesmos fornecedores (cf. subitem 3.11.2, "b" e "c" das Normas-Padrão).

c) serviços especiais, tais como pesquisas, assessoria de imprensa e outros serão cobrados mediante prévia combinação entre as partes.

04) Critérios de Permuta: É livre a contratação de permuta de espaço, tempo ou serviço publicitário entre Veículos de Comunicação e Anunciantes, diretamente ou mediante a participação da Agência de Publicidade responsável pela conta publicitária. O respectivo contrato deverá, necessariamente, estabelecer a quem competirá remunerar a Agência, podendo este ônus recair sobre o Veículo ou sobre o Anunciante, isoladamente, ou sobre ambos e em qual proporção. Quando o contrato for omissivo a respeito, a Agência titular dos direitos autorais sobre o material a ser veiculado fará jus ao "desconto padrão de agência", na forma do item 2.5 combinado

com o item 4.1 das Normas-Padrão do CENP.

05) Nos casos de remontagem de peças produzidas, cada uma será respectivamente cobrada à razão de 30% do valor estabelecido nestes Custos Referenciais.

06) Nos valores discriminados nestes Custos Referenciais do Sinapro MS não estão necessariamente inclusos materiais complementares relativos e necessários para layout e finalização, tais como fotografias, ilustrações, gráficos, cartoons etc.

07) Critério para remuneração de “Fee” mensal: 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, respeitado o disposto no item 2.9 das Normas-Padrão do CENP. O “fee” poderá ser cumulativo ou alternativo à remuneração de Agência de- corrente da veiculação (“desconto padrão de agência”); de produção externa, de produção interna e de outros trabalhos eventuais e excepcionais, tais como serviços de relações públicas, assessoria de imprensa 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, 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. Para adequação dos valores de remuneração de Agência através de “fee”, como forma de evitar a transferência ou concessão de benefícios ao Cliente/Anunciante pela Agência, contrariando as Normas-Padrão, bem como as normas legais aplicáveis à espécie, recomenda-se a revisão, a cada 6 (seis) meses, dos valores efetivamente aplicados pelo Cliente/Anunciante em publicidade, em comparação aos valores orçados inicialmente (“budgets” de publicidade) e que tenham servido como parâmetro para a fixação dos valores do “fee”.

08) O ISS (imposto sobre serviços) devido sobre seus honorários será pago, conforme disposição do art. 3º, da Lei Complementar n.º 116/2003, no local do estabelecimento prestador ou, na falta do estabelecimento, no local do domicílio do prestador.

09) Reembolso de despesas: Serão debitados ao cliente, pelo preço de custo, sem incidência de honorários ou ISS, todos os gastos efetuados e previamente autorizados e comprovados para o bom desempenho dos serviços. Esses gastos, em geral, referem-se a viagens, estadias, transporte, alimentação, comunicação em geral, cópias etc.

10) O cliente liquidará, à vista, as notas de honorários e de despesas apresentadas pela Agência, prevalecendo, porém, o prazo de vencimento das faturas de serviços de terceiros.

11) Sempre que os serviços solicitados pelo cliente e executados pela Agência não sejam realizados, veiculados ou venham a ser cancelados, a Agência os cobrará de acordo com estes Custos Referenciais, a fim de ressarcir de suas despesas com planejamento, layout, concepção etc.

12) Clientes que desejarem realizar concorrência entre agências deverão ser informados de que serão cobrados custos de elaboração das peças solicitadas/apresentadas.

13) Serviços solicitados e não finalizados no prazo de 30 dias sofrerão cobrança do custo de layouts.

14) Hora técnica de consultoria em propaganda e marketing, diagnóstico empresarial: R\$ 660,00.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SELVÍRIA

ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL



15) Projetos Especiais: A cobrança de projetos, criação/layouts, redação de textos de materiais e outros serviços não previstos nestes Custos Referenciais é de livre acerto entre a agência e o cliente.

Estes Custos Referenciais são reajustados anualmente, tendo como base o índice oficial do IGP-M FGV, mediante distribuição ao mercado publicitário.

ANEXO VII

**PROCESSO LICITATÓRIO Nº 016/2018
EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/2018
TÉCNICA E PREÇO**

MODELO PLANILHA DE AVALIAÇÃO INDIVIDUAL DA PROPOSTA TÉCNICA

Plano de Comunicação Publicitaria			
Item	Quesitos	Nota	Observações
9.2	Raciocínio Básico (de 0 a 10 pontos)		
9.2.1	Conhecimento das características gerais do cliente. (de 0 a 2 pontos)		
9.2.2	Conhecimento genérico dos serviços prestados pelo cliente. (de 0 a 2 pontos)		
9.2.3	Adequada compreensão da linha de atuação específica do cliente. (de 0 a 3 pontos)		
9.2.4	Acuidade de compreensão demonstrada em relação as necessidades de comunicação do cliente (de 0 a 3 pontos)		
	Total Parcial – Item 9.2		
9.3	Estratégia de Comunicação Publicitaria (de 0 a 10 pontos)		
9.3.1	Formulação de Conceito: Compreensão do tema hipotético; Desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito. (de 0 a 5 pontos)		
9.3.2	Formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação da campanha escolhida. (de 0 a 5 pontos)		
	Total Parcial – Item 9.3		
9.4	Ideia Criativa (de 0 a 20 pontos)		
9.4.1	Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha escolhida. (de 0 a 5 pontos)		
9.4.2	Capacidade de síntese da estratégia de comunicação que revele. (de 0 a 4 pontos)		
9.4.3	Cobertura do publico envolvido pela linha de atuação, contemplada pela estratégia sugerida. (de 0 a 5 pontos)		

9.4.4	Criatividade na combinação de seus elementos constitutivos, revelada no conjunto apresentado. (de 0 a 6 pontos)		
	Total Parcial – Item 9.4		
9.5	Estratégia de Mídia e não Mídia (de 0 a 10 pontos)		
9.5.1	Conhecimento dois hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação (de 0 a 3 pontos)		
9.5.2	Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas a formula de mídia. (de 0 a 3 pontos)		
9.5.3	Estudo da distribuição de verba, demonstrando a pertinência, a oportunidade e a economicidade do uso de recursos próprios de comunicação do cliente. (de 0 a 4 pontos)		

Conjunto de informações			
Item	Quesitos	Nota	Observações
9.6	Capacidade de Atendimento (0 a 20 pontos)		
9.6.1	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a quantidade e a qualificação dos profissionais colocados a disposição da linha atuação nos diferentes setores da agência licitante. (de 0 a 6 pontos)		
9.6.2	Sistemática de atendimento, revelando no julgamento dos quesitos operacionalidade, segurança, grau de liberdade conferida ao cliente na escolha de soluções alternativas e presteza no atendimento as solicitações. (de 0 a 6 pontos)		
9.6.3	Descrição das instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato. (de 0 a 8 pontos)		
	Total Parcial – item 9.6		
9.7	Repertório (de 0 a 20 pontos)		
9.7.1	Ideia criativa e sua pertinência demonstrando a capacidade técnica e artística revelada pelo licitante no		

	atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, objetividade no enfrentamento do problema a ser solucionado e inovação de propósito (de 0 a 10 pontos)		
9.7.2	Clareza da exposição demonstrando a capacidade técnica da licitante em detectar e delimitar problema de comunicação equacionando-os e planejando suas soluções, de sorte a evidenciar perfeita concatenação entre causa e efeito e, enfim, medir adequadamente os resultados. (de 0 a 5 pontos)		
9.7.3	Qualidade da execução e do acabamento demonstrando zelo da proponente quanto a execução e fiscalização do produto final a ser utilizado na divulgação de ideias e informações. (de 0 a 5 pontos)		
	Total parcial – item 9.7		
9.8	Relatos de soluções de problemas de comunicação (de 0 a 10 pontos)		
9.8.1	Concatenação lógica da exposição clareza, objetividades e pertinência da exposição dos problemas enfrentados e soluções encontradas. (de 0 a 3 pontos)		
9.8.2	Evidência de planejamento publicitário demonstrando as medidas determinadas para a solução, revelando efetividade das medidas com racional utilização dos recursos, em especial evitando o desperdício ou utilização de meio inadequado de comunicação em razão do público-alvo. (de 0 a 3 pontos)		
9.8.3	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução demonstrando o ponto enfrentado e a solução aplicada. (de 0 a 2 pontos)		
9.8.4	Relevância dos resultados apresentados em decorrência da efetiva solução encontrada pelo proponente. (de 0 a 2 pontos)		
	Total parcial – item 9.8		
	TOTAL ETAPA - 2		

ANEXO VIII

**PROCESSO LICITATÓRIO Nº 016/2018
EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/2018
TÉCNICA E PREÇO**

**MODELO PLANILHA DE AVALIAÇÃO GERAL DA PROPOSTA TÉCNICA VIA NÃO
IDENTIFICADA – PLANO DE COMUNICAÇÃO**

CAMPANHA:	
------------------	--

QUESITOS	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03	Pontuação final por quesito (média).
Raciocínio Básico (de 0 a 10 pontos)				
Estratégia de comunicação publicitária (de 0 a 10 pontos)				
Ideia criativa (de 0 a 20 pontos)				
Estratégia de mídia e não mídia (de 0 a 10 pontos)				

Pontuação total da licitante (nota auferida)	
---	--

Observações:

- 1 - A pontuação final de cada quesito correspondera a media das notas atribuídas pelos avaliadores, somando-se as notas e dividindo pelo numero de avaliadores.
- 2 – A pontuação final por quesito será calculada com, no máximo, duas casas decimais, desprezando-se as demais, sem qualquer arredondamento;
- 3 – A pontuação total da licitante correspondera a soma das pontuações finais

ANEXO IX

**PROCESSO LICITATÓRIO Nº 016/2018
EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/2018
TÉCNICA E PREÇO**

**MODELO PLANILHA DE AVALIAÇÃO GERAL DA PROPOSTA TÉCNICA VIA IDENTIFICADA
- CONJUNTO DE INFORMAÇÕES**

AGÊNCIA:	
-----------------	--

QUESITOS	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03	Pontuação final por quesito (média).
Capacidade de atendimento (de 0 a 20 pontos)				
Repertório (de 0 a 20 pontos)				
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (de 0 a 10 pontos)				

Pontuação total da licitante (nota auferida)	
---	--

Observações:

1 - A pontuação final de cada quesito correspondera a media das notas atribuídas pelos avaliadores, somando-se as notas e dividindo pelo numero de avaliadores.

2 – A pontuação final por quesito será calculada com, no máximo, duas casas decimais, desprezando-se as demais, sem qualquer arredondamento;

3 – A pontuação total da licitante correspondera a soma das pontuações finais