



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 092/2021

PROJETO BÁSICO
LICITAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

1. INTRODUÇÃO

O presente documento tem o objetivo de estabelecer o conjunto de requisitos para o processo administrativo que deverá proceder a licitação para a contratação de uma agência de publicidade e propaganda para os serviços de divulgação institucional da Prefeitura Municipal de Monteiro /PB.

2. OBJETO

2.1 O objeto da licitação é a prestação de serviços de propaganda e publicidade institucional, conforme a Lei 12.232/2010, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente, que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação, a execução externa e a distribuição de publicidade de caráter institucional de competência do Município.

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

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;
- c) à produção e à execução técnica das peças e/ou material criados pela agência contratada.

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

- a) gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Monteiro/PB, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

2.1.1.2. É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações previstas na alínea "a" do subitem 2.1.1 de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

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

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

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

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

2.2. Para a prestação dos serviços de publicidade será contratada 01 (uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

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

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

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

2.2.4 Não se incluem na vedação à subcontratação os serviços complementares que, pela característica intrínseca do serviço de publicidade, precisam ser realizados por outra pessoa jurídica.

2.2.5 A agência atuará de acordo com solicitação da Prefeitura e suas diretrizes, regras e normativas estabelecidas.

2.2.6 O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



propriedade da Prefeitura, sendo, portanto, proibida a sua divulgação por qualquer meio ou sua reprodução total ou parcial sem expressa autorização, ficando o contratado sujeito às penalidades aplicáveis.

3. PRAZO DE VIGÊNCIA DO CONTRATO

3.1. O contrato terá prazo de vigência de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, na forma do art. 57, inciso II, da Lei Federal nº 8.666/93 e alterações subsequentes.

4. VALIDADE DA PROPOSTA

4.1. O prazo de validade da proposta é de, no mínimo, 60 (sessenta) dias, contados da data da sessão pública estipulada para entrega dos envelopes à Comissão Permanente de Licitação.

5. CONDIÇÕES DE REMUNERAÇÃO

5.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

- a) Percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, a ser concedido ao Anunciante, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda na Paraíba - SINAPRO-PB, conforme a proposta apresentada pelo licitante vencedor;
- b) Honorários (em percentual), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;
- c) Honorários (em percentual), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

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

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

III. à reimpressão de peças publicitárias.

- d) Honorários (em percentual), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

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

5.3. Sobre o valor das faturas de serviços de veiculação que tenham sido contemplados com o “desconto de agência” não incidirão os honorários sobre os serviços e suprimentos externos contratados.

5.4. A CONTRATADA reverterá à CONTRATANTE, parcela do “desconto padrão de agência” a que fizerem jus, no percentual máximo de cada faixa, indicada no Adendo ao Anexo “B” - SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/ BENEFÍCIOS, aprovado em 16/07/2019, constante das Normas Padrão da Atividade Publicitária, emitida pelo Conselho Executivo das Normas Padrão, com base no investimento bruto anual em mídia, quando ocorrer.

5.4.1 A hipótese narrada no item 5.4 não ocorrerá caso o faturamento bruto não atinja a faixa mínima indicada no Sistema Progressivo de Serviços e Benefícios emitido pelo Conselho Executivo de Normas Padrão.

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

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

5.7 – Quanto aos direitos autorais:

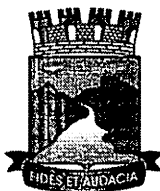
a) A CONTRATADA cede à CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças (material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, CDs, composições, arranjos, execução de trilha sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras modalidades de publicidade existentes ou que venham a ser inventadas de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato.

b) A cessão de que trata a alínea anterior “a)” será por tempo indeterminado, ficando vedada à CONTRATADA a cobrança de qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.

c) A CONTRATANTE poderá, a seu critério, utilizar os direitos cedidos, diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato, ou após o prazo de vigência, inclusive em caso de rescisão, não cabendo à CONTRATADA qualquer espécie de remuneração.

d) A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos da Administração Direta ou Indireta da Prefeitura Municipal de Monteiro, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

e) Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

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

g) A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nas alíneas seguintes “h)” e “i)”.

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

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

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

l) Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nas alíneas “h)” e “i)”, o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

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

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

6. REQUISITOS PARA HABILITAÇÃO (QUALIFICAÇÃO TÉCNICA)

6.1. Para qualificação técnica será(ão) exigido(s) atestado(s) de capacidade técnica, bem como cópia do certificado de qualificação técnica de funcionamento, obtido perante o Conselho



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



Executivo de Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, de que trata § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232 de 29/04/2010.

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

7. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

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

Invólucro nº 1

7.1.1 No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, cuja formatação geral e específica de seus subcritérios estão definidos neste projeto básico.

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

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

b) O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.

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

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

a) Ter nenhuma identificação;

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

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

Invólucro nº 2

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

7.1.2.1 O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação: Invólucro nº 2 Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada Nome empresarial e CNPJ da licitante - Tomada de Preço nº 0.2.001/2021.

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

7.1.2.3 O objetivo exclusivo do envelope nº 2 é a posterior identificação, para fins do



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



cômputo geral de notas, das autoras do Invólucro nº 1, sendo seu conteúdo apenas usado como parâmetro de reconhecimento destas propostas.

Invólucro nº 3

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

7.1.3.1 O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação: Invólucro nº 3 Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação. Nome empresarial e CNPJ da licitante. Tomada de Preço nº 0.2.001/2021.

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

7.1.3.2.1 O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

8. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

8.1 A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação, acondicionada no Invólucro nº 4.

Invólucro nº 4

8.1.1 O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação: Invólucro nº 4 Proposta de Preços Nome empresarial e CNPJ da licitante Tomada de Preço nº 0.2.001/2021.

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

8.1.3 O conteúdo do invólucro nº 4 deve-se ater aos modelos e especificações definidos neste termo, sendo desconsideradas as propostas que a fizerem de forma dissonante dos elementos aqui instituídos.

9. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

Quesitos Subquesitos

I. Plano de Comunicação Publicitária

a) Raciocínio Básico

b) Estratégia de Comunicação Publicitária



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



- c) Ideia Criativa
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia
- II Capacidade de Atendimento
- III. Repertório
- IV. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

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

- a) Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco, não deverão ser usadas sobrecapas em plástico, acetato ou qualquer outro material;
- c) Conteúdo impresso em papel A4, tipo offset ou equivalente, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
- d) Espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) Espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) Alinhamento justificado do texto;
- h) Texto e numeração de páginas em fonte 'arial', cor 'automático', tamanho '12 pontos', sem prejuízos das exceções dispostas nos subitens 9.2.1, 9.2.2 e 9.2.3;
- i) Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da folha;
- j) Sem identificação da licitante.
- k) Não serão permitidas notas de rodapé no corpo do texto a nenhum título, exceto como adjuvante dos gráficos e tabelas, nos itens em que estes são expressamente permitidos.

9.2.1 As especificações do subitem 9.2 não se aplicam às peças tangibilizadas de que trata a alínea 'b' do subitem 9.3.3.

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

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

Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 9.2.5, o papel A3 será computado



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



duas folhas de papel A4, respeitadas as margens previstas nas laterais das páginas, conforme definido no item 9.2 deste edital, alínea d.

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

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

9.2.4 Os exemplos de peças e/ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 9.2, apesar de integrarem o mesmo envelope.

9.2.4.1 Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto no item 7.1.1.3, e demais exigências deste projeto básico.

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

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

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

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

9.2.8 Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar as etapas do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia. Não há necessidade de lançar nessas páginas os subitens deste projeto básico a que correspondem o quesito nem os textos expressos nesses subitens:

- a) Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 9.2, no que couber
- b) Essas páginas, por não conterem conteúdo avaliatório, não contam no cômputo de páginas explicitado no subitem 9.2.5 deste projeto básico, não devendo ser numeradas quando utilizadas.

9.3 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Briefing anexo a este edital, observadas as seguintes disposições:

9.3.1 Raciocínio Básico: composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo da Prefeitura Municipal de Monteiro e o contexto de atuação e sua população (dados sociodemográficos) no estado e na região. O texto deverá contemplar:

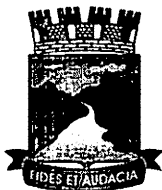
- a) diagnóstico e interpretação dos desafios e problemas de comunicação do briefing introduzindo o trabalho da candidata;
- b) considerações de público alvo da Prefeitura e da campanha em específico tratada no briefing;
- c) premissas básicas para o desenvolvimento da estratégia de comunicação que será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

9.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: Derivado diretamente das considerações já apresentadas no item anterior, se constitui de apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios e problemas - geral e específicos - de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos previstos no Briefing, compreendendo:

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária, partindo do tema chave proposto no briefing, descartando soluções eventualmente consideradas, inicialmente, na estratégia e justificando seu descarte;
- b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, no que destacamos:
 - I. Definições sobre o comportamento dos públicos da campanha, formulando hipóteses e diagnósticos alicerçados em dados reconhecidos;
 - II. Definições sobre o conteúdo que deve estar inserido na campanha, em particular sobre o conteúdo e forma de abordar o público definido, norteando os itens que serão corporificados nas peças da relação presente na ideia criativa;
 - III. Desdobramentos posteriores da campanha, determinando como esta abordagem irá gerar longevidade a campanha;
 - IV. Definições temporais sobre o período correto de realizar a campanha, diante das diretrizes presentes;
 - V. Definições relativas ao modo de realizar a estratégia de campanha, em particular diretrizes gerais sobre os suportes midiáticos, instrumentos ou ferramentas que serão utilizados e razões que suportam essas diretrizes.

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

- a) Apresentar relação de todas as peças e/ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no anteriormente, com comentários sobre a construção criativa de cada peça e/ou material, podendo ser em texto corrido ou tópicos, a critério dos licitantes;
- b) Da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e/ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



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

c) Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 9.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e/ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e/ou material e a sua detalhada especificação no caso das peças não corporificadas que eventualmente irão compor a campanha, bem como de suas técnicas construtivas quando pertinente;

d) Os exemplos de peças e/ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 9.3.3 estão limitados a 5 (cinco), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e/ou material, podendo ser apresentados sob qualquer forma impressa – desde roteiro, layout e/ou storyboard impressos, para qualquer meio; descritivos e gráficos impressos para protótipo; detalhamento impresso de roteiros para realização de peças destinadas a rádio e internet;

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

II. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e/ou material superior ao que pode ser apresentado na forma 'exemplificada', a relação prevista na alínea 'a' do subitem 9.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos (de texto ou de tópicos, conforme escolha da licitante): um para as peças e/ou material apresentados como exemplos (peças tangibilizadas) e outro para o restante que não será exemplificado (peças não tangibilizadas);

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

IV. Cada peça e/ou material impresso deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, roteiro de filme TV, roteiro de spot para rádio, anúncio em revista, frames de banner para internet, etc.) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 9.3.3;

e) Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'exemplificadas', até o limite de que trata o subitem 9.3.3, devem ser observadas as seguintes regras:

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

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

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

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



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



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

VI. um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

VII. um hotsite cuja página de abertura e/ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado apenas uma peça.

9.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

a) Texto de apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing anexo a este edital, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas;

b) Texto diagnóstico sobre os públicos da campanha contemplados, seu consumo de mídia e perfis embasados em pesquisas e dados reconhecidos, sempre alicerçados em elementos demográficos e psicográficos, servindo de apoio aos argumentos oferecidos, o que inclui gráficos e tabelas referentes a estes conteúdos;

c) Texto com considerações detalhadas sobre as táticas de mídia propostas e números relativos ao alcance do plano proposto, permitindo a inclusão de tabelas e informações sobre as estratégias de flight propostas;

d) Simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e/ou materiais destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas que embasem as normativas técnicas utilizadas pelas candidatas para esta distribuição.

Todas as peças e material que integrem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 9.3.3 deverão constar dessa simulação, com seus respectivos períodos de distribuição das peças e/ou material e quantidades de inserção destes materiais;

e) Resumo geral com informações sobre, ao menos:

I. Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

II. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

III. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia com as respectivas quantidades a serem produzidas;

IV. Demais valores (absolutos e percentuais) que incluam o orçamento do exercício, inclusive custos de pesquisa e eventuais reservas técnicas designadas.

f) Quanto aos valores desta simulação, devem ser observados:

I. Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser considerados os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

II. Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III. Não será necessário especificar os custos internos e honorários sobre



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



serviços de fornecedores.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

9.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, constitui-se do mesmo conteúdo da via não identificada, sem os exemplos de peças e/ou material da Ideia Criativa, com a identificação da licitante. Deve ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado, uma vez que não tem como propósito qualquer tipo de avaliação técnica, sendo apenas referência para cotejamento dos conteúdos no momento final da avaliação desta etapa do certame.

Capacidade de Atendimento

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

9.5.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos na Capacidade de Atendimento poderá ser editada em papel A3 dobrado.

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

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

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

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

a.1 Considera-se “à época da licitação” a data para entrega do presente caderno.

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

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

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

e) a discriminação detalhada das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência, dos periódicos assinados e da(s) auditoria(s) de circulação e



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



controle de mídia (com suas respectivas abrangências) que colocará regularmente à disposição da ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

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

9.7.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no Repertório poderá ser editada em papel A3 dobrado.

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

9.7.3 Não há limitação de número de páginas para o conteúdo do caderno de apresentação do Repertório.

9.8 O repertório é composto por um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pelo licitante, na seguinte forma: a) um DVD contendo até 03 (três) comerciais para televisão; b) um CD contendo até 03 (três) spots e/ou jingles para rádio; c) um conjunto de até 03 (três) anúncios destinados à mídia impressa;

9.8.1 Para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica e texto resumo com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e parâmetros de construção da peça, além da identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e/ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça e outras questões pertinentes à alocação de verba, quando recomendável.

9.8.2 As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2017.

9.8.2.1 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD, ou em pendrive, executável em qualquer computador com sistema operacional windows.

9.8.2.2 Qualquer problema técnico referente à mídia apresentada pela candidata poderá ter reflexo direto na nota da licitante e é de sua total e exclusiva responsabilidade.

9.8.2.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 9.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

9.8.2.3.1 Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não, desde que caibam no invólucro adequado.

9.8.2.4 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 9.8, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



simples em relação à pontuação máxima prevista para o item.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

9.9.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no Relato de Soluções de Problemas poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 9.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

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

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

9.10.1 As propostas de que trata o subitem 9.10 devem ter sido implementadas a partir de 1º de janeiro de 2017.

9.10.2 Se a licitante apresentar relatos em quantidade inferior à estabelecida no subitem 9.10, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de relatos apresentados. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista para o subitem.

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

a) A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário.

b) Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo e a assinatura deve ser autenticada na última folha do relato.

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

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

b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 9.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

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

II. as peças incluídas não terão suas páginas computadas nos limites do



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



relato definidos no item 9.10;

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

10. REQUISITOS DA PROPOSTA DE PREÇOS

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

10.2 A Proposta de Preço deverá conter:

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

a) Percentual de desconto de, no mínimo, 17% (dezessete por cento), a ser concedido à Prefeitura Municipal de Monteiro sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda na Paraíba - SINAPRO-PB, conforme a proposta apresentada pelo licitante vencedor;

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

c) Honorários (em percentual) de até 12% (doze por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

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

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

III. à reimpressão de peças publicitárias.

d) Honorários (em percentual) de até 18% (dezoito por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

10.2.2 Declaração da Licitante:

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

10.2.2.2. Que reverterá à Prefeitura, parcela do “desconto padrão de agência” a que fizer jus, no percentual máximo de cada faixa, indicada no Adendo ao Anexo “B” - SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/ BENEFÍCIOS, aprovado em 16/07/2019, constante das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, emitida pelo Conselho Executivo



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



das Normas-Padrão, com base no investimento bruto anual em mídia, caso os investimentos alcancem os valores indicados no referido ANEXO.

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

10.2.2.4 Afirmando que, nos preços propostos, estão inclusas todas as despesas com materiais, mão-de-obra e respectivos encargos sociais, tributários, seguros, transportes e demais despesas necessárias à execução dos serviços objeto desta licitação, inclusive cessão de direitos autorais. Na ausência dessa declaração, serão consideradas inclusas todas as despesas mencionadas neste subitem;

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

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

10.4 Em caso de divergência entre dados numéricos e valores por extenso, prevalecerá esse último. Havendo erro de cálculo, se efetuará as retificações e se considerará, para efeito de julgamento, o valor com as retificações efetuadas.

10.5 Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior a 60 (sessenta) dias ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão de Licitação realizará com ela diligência nos termos do §3º do art. 43 da Lei nº 8.666/1993, como forma de prorrogar o referido prazo.

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

11. PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1 Para efeito de avaliação do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, a licitante deverá apresentar uma campanha simulada, sobre o tema hipotético “_____”, conforme *Briefing* – Anexo deste projeto básico.

11.2 DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

11.3 ATRIBUTOS DE AVALIAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:

11.3.1 Raciocínio Básico – serão analisados a acuidade de compreensão e análise:

a) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação e presença de dados que referenciem esta acuidade;



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



- b) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela Prefeitura, conforme discorre o Briefing anexo a este edital;
- c) das necessidades de comunicação institucional da Prefeitura para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s), conforme *Briefing* anexo a este edital.

11.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária – serão observadas nas propostas das licitantes:

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

11.3.3 Ideia Criativa – serão observadas nas propostas das licitantes:

- a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação da Prefeitura conforme o *Briefing* em anexo.
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a unidade entre as peças que compõem a campanha;
- g) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta, bem como sua capacidade de síntese;
- h) sua pertinência às atividades da comunicação de utilidade pública da Prefeitura e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- i) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- j) a exequibilidade das peças e ou do material e sua composição imagética e de conteúdo;



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



k) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos substratos midiáticos e aos públicos propostos.

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

11.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia – serão observadas nas propostas das licitantes:

a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritário constantes no briefing e seus desdobramentos de *target*;

b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos, tanto demográficos quanto psicográficos, bem como uso de fontes fiáveis;

c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores, evidenciada pelo suporte de dados que norteiam essa simulação;

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

e) a proporcionalidade na distribuição dos recursos entre suas alíneas;

f) a economicidade e consciência na aplicação da verba de mídia disponível, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou do material e suas justificativas táticas e disponibilidade de métricas que as embasem;

g) a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa;

h) a existência de descritivos claros, em valores percentuais e absolutos, capazes de resumir a proposta apresentada e sua proporcionalidade.

11.3.5 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – serão observadas nas propostas das licitantes:

a) A consonância da atual carteira com os problemas e desafios da Prefeitura;

b) a formação dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e de comunicação integrada;

c) a adequação das qualificações e da quantificação desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária institucional da Prefeitura;

d) a adequação das instalações, da infraestrutura (física e de tecnologia da informação) e dos recursos materiais e de segurança que estarão à disposição da execução do contrato;

e) a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura e a licitante, esquematizado na proposta, incluindo sistematização de reuniões e prazos de realização e alteração de peças, fluxos de trabalho, além das demais questões que explicitam o funcionamento deste relacionamento, tais como o trato das informações e segurança;

f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato, bem como dos periódicos assinados disponíveis para a equipe da licitante;

g) a existência de equipe dedicada/exclusiva discriminada de forma específica para o trato da conta de comunicação institucional da Prefeitura, bem como a definição técnica dos profissionais à disposição nesta condição.

11.3.6 REPERTÓRIO – serão observadas nas propostas das licitantes:



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



- a) a ideia criativa e sua adequação e pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver e ao segmento de atuação da Prefeitura;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material, evidenciada pelas dimensões técnicas de produção e construção criativa em cada um dos meios onde estas peças foram inseridas;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;
- d) a exequibilidade das soluções diante das verbas claramente propostas, pela facilidade de implantação e sua relação particular com o impacto desejável junto aos públicos para as quais foram desenvolvidas;
- e) a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação da Prefeitura.

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

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

11.4. DA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

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

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

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação das campanhas institucional da Prefeitura e a(os) seus (s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação; - até 5,0 (cinco) pontos



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos pela candidata e sua riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação institucional da Prefeitura com seus públicos; - até 5,0 (cinco) pontos

c) Desenvolvimento, adequação/pertinência e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação, incluindo as determinações do Planejamento capazes de guiar as diretrizes criativas e de mídia da proposta; - até 6,0 (seis) pontos

d) a consistência lógica da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação, públicos e verba; - até 4,0 (quatro) pontos

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

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

b) Capacidade de síntese da estratégia de comunicação e manejo/adequação da linguagem, demonstrados em sua unidade criativa e qualidade técnica dos exemplos apresentados. - até 4,0 (quatro) pontos

c) Cobertura de público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida. - até 4,0 (quatro) pontos

d) Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas. - até 7,0 (sete) pontos

11.4.5 Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 14 (quatorze) pontos, da seguinte forma:

a) Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação (psicográficos e sócio demográficos). - até 3,0 (três) pontos

b) Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, bem como da busca de fontes para embasar estes dados; - até 3,0 (três) pontos

c) Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa. - até 4,0 (quatro) pontos

d) Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, incluídas métricas e rentabilidades mensuráveis. - até 4,0 (quatro) pontos

11.4.6 Capacidade de Atendimento: máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

a) Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e da qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura. - até 4,0 (quatro) pontos



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



b) Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos quesitos: operacionalidade (fluxo e normas), segurança, prestação no atendimento às solicitações e grau de liberdade conferido à Prefeitura na escolha de soluções alternativas. – até 6,0 (seis) pontos

c) A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura bem como a qualidade da definição técnica especificamente destes profissionais à disposição. – até 5,0 (cinco) pontos

11.4.7 Repertório: **máximo de 10 (dez) pontos**, da seguinte forma:

a) Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa; - até 4,0 (quatro) pontos

b) A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas; - até 2,0 (dois) pontos

c) Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação educativa e do setor público. - até 4,0 (quatro) pontos

11.4.8 Relato de Soluções de Problemas de Comunicação: **máximo de 10 (dez) pontos**, da seguinte forma:

a) A evidência de planejamento publicitário; - até 2 (dois) pontos

b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta; - até 2 (dois) pontos

c) A relevância dos resultados apresentados diante dos desafios; - até 3 (três) pontos

d) Na concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso. – até 3 (três) pontos.

11.5 DA ESCALA DE AVALIAÇÃO

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

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

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

1 Não abordado ou Erroneamente abordado - **0% da nota máxima**

2 Insuficientemente abordado - **30% da nota máxima**

3 Parcialmente abordado - **50% da nota máxima**

4 Satisfatoriamente abordado - **70% da nota máxima**

5 Totalmente abordado - **100% da nota máxima**

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



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



Não abordado ou Erroneamente abordado - Quando a proposta não contempla e/ou contempla de forma errônea ou inadequada os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital para o aspecto para ser avaliado, contendo grandes desvios e/ou erros grosseiros, e pouco compatíveis com o critério.

Insuficientemente abordado - Quando a proposta contempla de forma insuficiente (claramente incompleta) os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital para o aspecto a ser avaliado, com pequenos e não relevantes desvios do solicitado.

Parcialmente abordado - Quando a proposta contempla alguns aspectos relevantes do quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.

Satisfatoriamente abordado - Quando a proposta contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica.

Totalmente abordado - Quando a proposta contempla integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e, apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério.

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

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

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

11.6 DA DESCLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

11.6.1 Será desclassificada a Proposta que:

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

11.7 DA ESCALA DE CLASSIFICAÇÃO TÉCNICA

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



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



12. PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

12.1 DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS – Depois de verificado o cumprimento das disposições do edital, a Comissão Permanente de Licitação procederá à avaliação dos itens de cada proposta de preço, conjuntamente, de acordo com os critérios estabelecidos na tabela a seguir:

ITEM	OBJETO	NOTA
01	<p>Percentual de desconto a ser concedido à Prefeitura Municipal de Monteiro sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, a ser concedido ao Anunciante, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda na Paraíba - SINAPRO-PB, conforme a proposta apresentada pelo licitante vencedor.</p> <p>Percentual Mínimo: 17%</p>	<p>Desconto inferior a 17%: nota zero</p> <p>Desconto igual ou superior a 17%: N = 0,5 x desconto</p>
02	<p>Honorários (em percentual), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição <u>não</u> lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965.</p> <p>Percentual máximo: 15%</p>	<p>Honorários superior a 15%: Nota = 0,00</p> <p>Honorários igual ou inferior a 15%: N = 3,0 x (15,0 – Honorários)</p>
03	<p>Honorários (em percentual), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:</p> <p>I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;</p> <p>II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação <u>não</u> lhe</p>	<p>Honorários superior a 12%: Nota = 0,00</p> <p>Honorários igual ou inferior a 12%: N = 3,0 x (12,0 – Honorários)</p>



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



	proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965; III. à reimpressão de peças publicitárias. Percentual máximo: 12%	
04	Honorários (em percentual), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias. Percentual máximo: 18%	Honorário superior a 18%: Nota = 0,00 Honorários igual ou inferior a 18%: N = 3,0 x (18,0 – Honorários)
Observação: para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos desconto e honorários serão substituídos nas fórmulas da coluna Notas pelas respectivas percentagens que constarem de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo “%”.		

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

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

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

- ☞ o menor percentual de honorários mencionados na alínea ‘b’ do subitem 10.2.1;
- ☞ o menor percentual de honorários mencionados na alínea ‘d’ do subitem 10.2.1;
- ☞ o menor percentual de honorários mencionados na alínea ‘c’ do subitem 10.2.1;
- ☞ o maior percentual de desconto mencionado na alínea ‘a’ do subitem 10.2.1.

12.2.2 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver quaisquer itens condicionantes para a entrega dos serviços.

12.2.3 Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Licitação considerará o preço por extenso.



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



12.2.4 As propostas de preço, que apresentarem descontos sobre os custos internos baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda na Paraíba SINAPRO-PB inferiores a 17% (dezesete por cento), serão **DECLASSIFICADAS**.

12.2.5 As propostas de preço serão **DECLASSIFICADAS**, caso apresentem honorários superiores:

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

- a 12% incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

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

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

III. à reimpressão de peças publicitárias.

- a 18% incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

12.2.6 Serão desclassificadas as propostas que deixarem de apresentar documentos ou apresentá-los em desacordo com as normas deste Edital, bem como as com preços manifestamente inexequíveis, observando-se o disposto no artigo 48 da Lei nº 8.666/93.

12.2.7 Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios, ou de valor zero, ou incompatíveis com os preços de mercado, observado o disposto no § 3º do art. 44 da Lei nº 8.666/93.

13. JULGAMENTO FINAL

13.1 O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo Melhor Técnica.

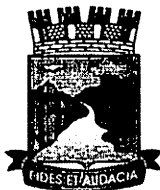
13.2 Se a licitante mais bem classificada não tiver apresentado a Proposta de menor preço e nem concordado em praticá-lo, nos termos da negociação prevista no inciso II, § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666/93, a Comissão de Licitação adotará negociação idêntica, sucessivamente, com as demais licitantes, observada a ordem de classificação, até a consecução de acordo para a contratação prevista no presente certame, observada a mesma previsão legal.

13.3 A licitante que não concordar em praticar a Proposta de menor preço perderá o direito à contratação, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

14. DA HABILITAÇÃO

14.1 Para fins de habilitação, o licitante deverá apresentar a documentação comprobatória necessária à qualificação prevista na Lei nº 8.666/93.

14.2 As exigências de habilitação jurídica e de regularidade fiscal e trabalhista são as usuais para



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



o objeto, conforme disciplinado no edital.

14.3 Os critérios de qualificação econômica a serem atendidos pelo fornecedor estão previstos no edital.

15 DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

15.1 Caberá à licitante vencedora, além do constante neste Projeto Básico, o cumprimento das seguintes obrigações:

15.1.1 Prestar os serviços objeto do contrato, de acordo com as condições definidas neste Projeto Básico;

15.1.2 Prestar todos os esclarecimentos que forem solicitados pelo fiscal do contrato;

15.1.3 Arcar com os encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais, bem como os tributos resultantes do cumprimento do contrato;

15.1.4 Manter, durante toda a vigência do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas por lei e neste Projeto Básico;

15.1.5 Manter atualizados, para fins de pagamento, a Certidão Negativa de Débito – CND, junto aos órgãos competentes;

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

16 DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

16.1 Proceder ao pagamento do contrato, na forma e nos prazos pactuados;

16.2 Aprovar, antes da produção, a amostra dos materiais apresentados pela Contratada;

16.3 Acompanhar/fiscalizar a execução do contrato;

16.4 Avaliar o nível dos serviços prestados sob os aspectos quantitativo e qualitativo durante o prazo do contrato;

16.5 Rejeitar, no todo ou em parte, o material produzido fora dos padrões de qualidade exigidos pelo Contratante e que esteja em desacordo com as especificações deste Projeto Básico;

16.6 Efetuar as retenções e recolhimentos dos tributos e contribuições devidas sobre o valor da fatura fornecida pela Contratada, na forma da legislação vigente;

16.7 Proporcionar todas as condições necessárias ao bom andamento da prestação dos serviços contratados;

16.8 Promover o acompanhamento e a fiscalização dos serviços contratados, sob os aspectos quantitativo e qualitativo, anotando em registro próprio, as falhas detectadas e comunicando à Contratada as ocorrências de quaisquer fatos que, a seu critério, exijam medidas corretivas;

16.9 Fornecer à Contratada todas as informações relacionadas com o objeto deste Projeto Básico.

17 ALTERAÇÃO SUBJETIVA



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



17.1 É admissível a fusão, cisão ou incorporação da contratada com/em outra pessoa jurídica, desde que sejam observados pela nova pessoa jurídica todos os requisitos de habilitação exigidos na licitação original; sejam mantidas as demais cláusulas e condições do contrato; não haja prejuízo à execução do objeto pactuado e haja a anuência expressa da Administração à continuidade do contrato.

18 CONTROLE E FISCALIZAÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO

18.1 O acompanhamento e a fiscalização da execução do contrato consistem na verificação da conformidade da prestação dos serviços, de forma a assegurar o perfeito cumprimento do ajuste, que serão exercidos por um ou mais representantes da Contratante, especialmente designados.

18.2 O representante da Contratante deverá ter a qualificação necessária para o acompanhamento e controle da execução dos serviços e do contrato, sendo este representante responsável por verificar a prestação do serviço de acordo com os criterios estabelecidos neste Projeto Básico.

18.3 O descumprimento total ou parcial das obrigações e responsabilidades assumidas pela Contratada, sobretudo quanto às obrigações e encargos sociais e trabalhistas, ensejará a aplicação de sanções administrativas.

19 DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

19.1 A licitante/adjudicatária que cometer qualquer das infrações, previstas na Lei nº 8.666 de 1993, ficará sujeita, sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal, às sanções previstas no edital e na minuta do contrato:

19.1.1 A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa, observando-se, no que couber, as disposições da Lei nº 8.666, de 1993.

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

19.3 As sanções previstas no edital e na minuta do contrato serão aplicadas de acordo com a gravidade da infração, facultada ampla defesa à Contratada, no prazo de 05 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato.

20 DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA E DO VALOR ESTIMADO

20.1 As despesas decorrentes da presente licitação correrão à conta dos recursos consignados no Orçamento da Prefeitura Municipal de Monteiro, para o exercício de 2021, Classificação Funcional Programática da Despesa.

Órgão: 02 – Gabinete do Prefeito

Unidade Orçamentária: 02.010 – Secretaria Munic. de Comunicação Social

Programa de Trabalho: 04.122.1003.2025 – Manutenção das Atividades da Secretaria de Comunicação Social.

Promover ações de comunicação do governo para a comunidade

Natureza da Despesa: 33.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

22.2 O valor estimado para a presente contratação é de 420.800,00 (Quatrocentos e vinte mil e oitocentos reais).



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



23. DOS ANEXOS

23.1 Constituem anexos deste projeto básico, dele fazendo parte integrante, o *Briefing*.

FRED KENNEDY DE ALMEIDA MENEZES
Secretário Municipal de Comunicação



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



ANEXO

**TABELA - ADENDO AO ANEXO "B", APROVADO EM 16/07/2019, DAS NORMAS
PADRÃO DE ATIVIDADE PUBLICITÁRIA**

INVESTIMENTO TOTAL EM VEÍCULOS ADERENTES (em milhões)	%
Abaixo de R\$ 2,5	0
De R\$ 2,5 até R\$ 7,5	2
De R\$ 7,5 até R\$ 25	3
De R\$ 25 até R\$ 40	5
De R\$ 40 até R\$ 55	6
De R\$ 55 até R\$ 70	7
De R\$ 70 até R\$ 85	8
De R\$ 85 até R\$ 100	9
Acima de R\$ 100	10



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



ANEXO - BRIEFING DA CAMPANHA PARA A LICITAÇÃO

Um princípio constitucional (Artigo 37, Parágrafo 1º, da CONSTITUIÇÃO FEDERAL), a Propaganda Institucional é um instrumento importante, que faz uso de um conjunto de técnicas e ferramentas capazes de informar e orientar a população em geral sobre os diversos serviços ofertados pela administração pública. No caso da esfera municipal, tem um papel relevante no que toca à divulgação dos atos, massificação de informações de conteúdo educativo e informativo para a população, além de sua mais importante missão: prestar contas sobre a aplicação dos recursos para o cidadão-contribuinte.

1. CLIENTE

PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO - PB

ESPECIFICAÇÕES

São serviços da Propaganda Institucional para fins deste BRIEFING, aqueles com conteúdo informativo, educativo ou de orientação social, destinados a informar ao público, promover divulgação de atos de publicidade legal, promocional de ações, ou serviços prestados pela Prefeitura Municipal de Monteiro - PB à população, através dos diversos meios de comunicação. Integra o rol de atribuições também o planejamento, a concepção, a execução, sempre de acordo com a política de comunicação adotada, lastreados nos seguintes princípios:

- I. EDUCATIVO**, que versem, a exemplo, sobre a importância do papel da Prefeitura.
- II. DE ORIENTAÇÃO SOCIAL**, ao buscar, orientar ou conscientizar a população acerca dos direitos intrínsecos à cidadania.
- III. INFORMATIVO**, quando o objetivo for o de informar à comunidade, tendo exclusiva finalidade de esclarecer a população sobre serviços à sua disposição, ou de campanhas realizadas em benefício da coletividade.

O objetivo principal da política de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO - PB, portanto, é tornar acessível ao cidadão as informações sobre o trabalho da prefeitura. Tal comunicação tem a obrigação de ser clara, objetiva e educativa, visando a aproximação com a população.



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



2. TEMA BÁSICO

“Como Monteiro enfrenta a Pandemia: Ações, Obras e Serviços”

Resumo da Situação:

Desmembrada do município de São João do Cariri em 28 de junho de 1872, Monteiro está localizada a 319 km da capital João Pessoa, na microrregião do Cariri ocidental paraibano, já próxima à divisa com o Estado de Pernambuco.

Com uma população de 33.039 habitantes (IBGE/2016), é o município que possui a maior área territorial do Estado, com cerca de 1.000 km².

A sua localização geográfica, no semiárido nordestino, permitiu que a sua economia se desenvolvesse tendo com vetores a caprinocultura e ovinocultura, tendo o seu IDH em 0,603 (PNUD/2010).

A sua importância geográfica também é destacada em função de hospedar o canal do Eixo Leste da Transposição do Rio São Francisco, colocando Monteiro no mapa da segurança hídrica nordestina.

Também é um pólo regional de ecoturismo, além de sediar destacados eventos culturais e gastronômicos no seu calendário.

Mas apesar de sua relevância econômica, o município, assim como ocorreu em todo o país, sofre os efeitos da Pandemia do Covid-19, com a diminuição da sua receita e o aumento exponencial com os gastos com a Saúde e o Desenvolvimento Social, principalmente.

Nesse diapasão, há um desafio a ser enfrentando pela Comunicação do Município. Priorizar as ações de precaução e enfrentamento à Pandemia, sobretudo em relação às medidas oficiais editadas, mas, ao mesmo tempo, sem perder o foco nas ações cotidianas e investimentos nas outras áreas de atuação, mantendo o equilíbrio administrativo, sem afetar as carências básicas da população.

3. PÚBLICO ALVO

População de Monteiro, Adultos + 18.

4. OBJETIVO DA COMUNICAÇÃO

Divulgar as principais obras e ações desenvolvidas pela Prefeitura de Monteiro enfrentamento à Pandemia do Coronavírus, para que os seus habitantes tenham acesso aos serviços e às informações correlacionadas, mas sem prejuízo das demais ações desenvolvidas pela Edilidade que, indiretamente, se relacionam e se completam, para o bem estar geral da população.

5. INFORMAÇÕES RELEVANTES



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



BASE PARA PESQUISA DE DADOS: www.monteiro.pb.gov.br

6. OBJETIVO DA COMUNICAÇÃO

Divulgar as principais obras e ações desenvolvidas pela Prefeitura de Monteiro enfrentamento à Pandemia do Coronavírus, para que os seus habitantes tenham acesso aos serviços e às informações correlacionadas, mas sem prejuízo das demais ações desenvolvidas pela Edilidade que, indiretamente, se relacionam e se completam, para o bem estar geral da população.

7. OBJETIVO DA MÍDIA

A proposta seria dentro do Planejamento de Mídia apresentado, aplicar o orçamento estipulado dentro de um período de 60 (sessenta) dias, fazendo com que a verba tenha rentabilidade em veiculação que atinja toda a população do município, de forma rápida, clara e objetiva.

8. SUGESTÕES DE MÍDIA

Utilizar e justificar um Plano Cross Mídia para atingir com uma frequência entre 7 e 4 vezes toda a população do município acima de 18 anos.

9. EXPECTATIVA DA CAMPANHA

Peças que convidem a população a tomar conhecimento sobre o objetivo da comunicação.

10. ABRANGÊNCIA

A abrangência desejada da propaganda da campanha a ser apresentada é local.

11. VERBA

Para aplicar em custos de criação, produção e veiculação cross mídia podem ser aplicados R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais) na campanha proposta.

12. PERÍODO DE VEICULAÇÃO:

60 dias.

13. MÍDIAS

As mídias desejadas são: cartaz, conteúdo para redes sociais, banner para portais de notícias e spot.



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



ANEXO

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

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

1. IDENTIFICAÇÃO DA LICITANTE:

RAZÃO SOCIAL:

CNPJ e INSCRIÇÃO ESTADUAL:

ENDEREÇO, TELEFONE e E-MAIL:

AGÊNCIA e Nº DA CONTA CORRENTE:

2. CONDIÇÕES GERAIS

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

3. REMUNERAÇÃO

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

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

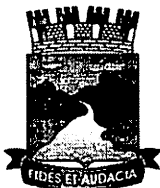
b) Honorários de _____% (_____) a serem cobrados à Prefeitura Municipal de Monteiro, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição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

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

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

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

III. à reimpressão de peças publicitárias.



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



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

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

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

4. Outras declarações

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

4.2. Comprometemo-nos:

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

b) a reverter à Prefeitura, parcela do “desconto padrão de agência” a que fizer jus, no percentual máximo de cada faixa, indicada no Adendo ao Anexo “B” - SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/ BENEFÍCIOS, aprovado em 16/07/2019, constante das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, emitida pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão, com base no investimento bruto anual em mídia, caso os investimentos alcancem os valores indicados no referido ANEXO;

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

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

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

_____, ____ de _____ de 2021.

ASSINATURA E CARIMBO DA AGÊNCIA



Estado da Paraíba
PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO
Comissão Permanente de Licitação
REPUBLICADO



(OBS.: REPRESENTANTE LEGAL DO LICITANTE)