

SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CREA-AL – CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA
DO ESTADO DE ALAGOAS
AVISO DE LICITAÇÃO
PROCESSO Nº. 2231744/2021
CONCORRÊNCIA Nº 001/2023

MINUTA DE EDITAL

A presente licitação tem como finalidade contratação de empresa para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução e distribuição externa materiais e peças publicitárias conforme determina o artigo 2º da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que regulamenta as normas gerais para licitação e contratação de serviços de publicidade prestados por intermédios de agências de propaganda, e ainda na Lei 4.680/65 que fundamenta à referida contratação.

SUMÁRIO:

- 1. DO LOCAL DA SESSÃO PÚBLICA**
- 2. DATA E HORA DA REALIZAÇÃO DA ABERTURA DA SESSÃO PÚBLICA DA CONCORRÊNCIA**
- 3. DA CONSULTA DO EDITAL**
- 4. DA DESCRIÇÃO DETALHADA DO OBJETO**
- 5. DA IMPUGNAÇÃO DO EDITAL**
- 6. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**
- 7. DA SESSÃO PÚBLICA DA CONCORRÊNCIA**
- 8. DA APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES E DO CONTEÚDO**
- 9. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS SOBRE OS DOCUMENTOS**
- 10. DO PREÇO E DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**
- 11. DA ADJUDICAÇÃO E DA HOMOLOGAÇÃO**
- 12. DA CONTRATAÇÃO**

- 13. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA
- 14. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE
- 15. DAS PENALIDADES
- 16. DA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS E DA VIGÊNCIA DO CONTRATO
- 17. DO PAGAMENTO
- 18. DA FISCALIZAÇÃO
- 19. DO REAJUSTE E DA REPACTUAÇÃO
- 20. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS
- 21. DO FOR COMPETENTE

ANEXOS:

- ANEXO I – PROJETO BÁSICO**
- ANEXO II – BRIEFING**
- ANEXO III – TABELA ABAP 2022**
- ANEXO IV – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS**
- ANEXO V – MINUTA CONTRATUAL**

O Crea-AL, inscrito no CNPJ 12.156.592/0001-14, e esta Comissão designada pela Portaria Nº xxx/2022, juntamente com a equipe de apoio, tendo em vista o que consta no processo Administrativo Nº 2231744/2021 torna público para conhecimento dos interessados, que realizará na data de e horário abaixo indicados, a **CONCORRÊNCIA** nº 01/2023, do tipo **TÉCNICA E PREÇOS**, de acordo com as condições estabelecidas no presente instrumento convocatório, que se subordina às Leis Federais Nº 8.666/1993 e suas alterações, Lei Nº 12.232/2010, que regulamenta as normas gerais para licitação e contratação dos serviços de publicidade prestados por intermediários de agências de propaganda, e ainda a Lei Nº 4.680/1965 que fundamenta a referida contratação.

1. DO LOCAL DA SESSÃO PÚBLICA

- 1.1 Auditório da Sede do CREA-AL, na Rua Osvaldo Sarmiento, Nº 22, Farol, Maceió-AL, CEP 57.051-510.

2. DATA E HORA DA REALIZAÇÃO DA ABERTURA DA SESSÃO PÚBLICA DA CONCORRÊNCIA

2.1 **DATA:** 04/04/2023

2.2 **HORÁRIO:** 10:00 horas

2.3 Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário e endereço anteriormente estabelecidos, desde que não haja comunicação da Comissão de Licitação em contrário.

3. DA CONSULTA E DA RETIRADA DO EDITAL

3.1 O edital e seus anexos poderão ser consultados e retirados no sítio eletrônico do CREA-AL através do endereço abaixo:

<https://crea-al.implanta.net.br/portaltransparencia/#publico/Listas?id=ea6353ee-b929-40d3-90ed-5e88227200df>

4. DESCRIÇÃO DO OBJETO

4.1 O objeto ao qual se refere a presente licitação é a contratação de empresa para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução e distribuição externa materiais e peças publicitárias para o CREA-AL.

4.2 O detalhamento do objeto encontra-se no **PROJETO BÁSICO**, Anexo I deste Edital, devendo ser fielmente interpretado pela licitante;

4.3 Todos os passos e/ou exigências contidos neste Edital e, principalmente, no Projeto Básico deverão ser perfeitamente cumpridos, sendo considerada inapta a licitante que não o fizer.

4.4 Prazos, local e condições de execução dos serviços:

4.4.1 Os prazos para entrega do objeto são os seguintes:

- a) Os serviços poderão ser produzidos em qualquer ponto do território nacional;
- b) As reuniões de aprovação dos trabalhos a serem publicados com a equipe da Gerência de Comunicação e Marketing do CREA-AL serão realizadas, preferencialmente, na SEDE do CREA-AL. Entretanto, serão admitidas reuniões

On-Line através de plataforma específica a ser determinada pela equipe da Gerência de Comunicação e Marketing.

- c) O prazo de vigência do Contrato será de 12 (doze) meses, contados da data da sua assinatura;
- d) A CONTRATADA não poderá solicitar a prorrogação do prazo ou retardar a execução do objeto desta contratação, a não ser por caso fortuito e alheio à sua vontade, devida e tempestivamente justificada perante o Gestor do Contrato.

5. DA IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

5.1 Qualquer pessoa, física ou jurídica, é parte legítima para solicitar esclarecimentos ou providências em relação à CONCORRÊNCIA, ou ainda impugnar este Edital, desde que o faça com antecedência de até 02 (dois) dias úteis da data fixada para recebimento das propostas, observado o disposto no Art. 41, § 2º, da Lei Nº 8.666/1993.

5.1.1 A Comissão de Licitação deverá decidir sobre a impugnação, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas.

5.1.2 Quando o acolhimento da impugnação implicar alteração do edital capaz de afetar a formulação das propostas, será designada nova data para realização da CONCORRÊNCIA.

5.2 A impugnação feita, tempestivamente, pela licitante não a impedirá de participar da CONCORRÊNCIA, até o julgamento da impugnação.

6. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

6.1 Poderão participar da sessão pública da CONCORRÊNCIA as empresas que atenderem às exigências deste Edital, do Projeto Básico e demais anexos;

6.2 A participação na licitação importa em total e irrestrito conhecimento e submissão às condições estatuídas neste Edital;

6.3 Cada licitante apresentar-se-á com um ou mais representantes legais que, devidamente credenciados, serão os únicos admitidos a intervirem nas fases do procedimento licitatório, quer

por escrito ou oralmente. Assim, a licitante assume a responsabilidade por todos os atos praticados pelos representantes devidamente credenciados;

6.4 Nenhuma pessoa natural, ainda que de posse de procuração devidamente outorgada, poderá representar mais de um licitante. Caso ocorra, o primeiro credenciamento prevalecerá e as outras licitantes ficarão sem representação, arcando com os ônus da não representatividade.

6.5 A licitante deverá comprovar por meio de contrato ou estatuto social que desempenha atividades pertinentes e compatíveis com o objeto deste certame;

6.6 Não serão admitidas licitantes sob a forma de consórcio, suspensas de licitar e/ou contratar com a Administração Pública direta ou indireta, bem como as que estiverem em regime de falência, recuperação judicial ou extrajudicial, concurso de credores, em dissolução ou em liquidação.

7. DA SESSÃO PÚBLICA DA CONCORRÊNCIA

7.1 As propostas deverão ser apresentadas observando as seguintes premissas e conter os elementos abaixo:

7.1.1 As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados à Comissão Permanente de Licitação em **envelopes distintos e separados**, na forma a seguir discriminada, todos fechados e rubricados no fecho (com exceção da rubrica no Envelope Nº 1).

7.1.2 **O envelope padronizado deverá ser retirado pela interessada de segunda à sexta, das 09:00 às 14:00, na sede do CREA-AL, diretamente com o Presidente da CPL.**

7.1.3 O envelope padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente através do e-mail: cpl@crea-al.org.br.

7.1.4 A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em 03 (três) envelopes distintos, sendo:

ENVELOPE Nº 01

Plano de Comunicação Publicitária

NÃO IDENTIFICADO

ENVELOPE FORNECIDO PELO CREA-AL

ENVELOPE Nº 02

Plano de Comunicação Publicitária

Identificado contendo as seguintes informações:

Razão Social da empresa proponente e CNPJ

Concorrência Nº 001/2022 – Crea/AL – Envelope Nº 02

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária

ENVELOPE Nº 03

Demais informações da proposta técnica

Identificado contendo as seguintes informações:

Razão Social da empresa proponente e CNPJ

Concorrência Nº 001/2022 – Crea/AL – Envelope Nº 03

Proposta Técnica: Demais informações da proposta técnica

- 7.1.5 O detalhamento preciso de cada envelope, bem como seu conteúdo está disponível no ANEXO I – PROJETO BÁSICO.
- 7.2 A abertura dos envelopes “Proposta” e análise da documentação técnica.
- 7.3 Desclassificação das propostas que não atenderem às exigências do Edital e classificação provisória das demais em ordem crescente de preços.
- 7.4 Proclamação da empresa vencedora do certame pelo critério de **TÉCNICA E PREÇO**.
- 7.4.1 Após declarado o vencedor, qualquer licitante poderá, no prazo máximo de 10 (dez) minutos, motivadamente, manifestar sua intenção de recorrer, quando então, ser-lhe-á concedido o prazo de 03 (três) úteis para apresentar as razões de recurso. Os demais licitantes ficam intimados para, querendo, apresentar contrarrazões no prazo comum de 03 (três) dias corridos, sucessivamente ao término do prazo do recorrente.
- 7.4.2 O acolhimento do recurso importará a invalidação apenas dos atos suscetíveis de aproveitamento.
- 7.5 Encaminhamento dos autos do processo à autoridade competente para homologação do certame, na hipótese de não ter havido interposição de recursos.

7.6 É facultado ao CREA-AL, quando a adjudicatária não formalizar a contratação no prazo e condições estabelecidos, convocar as demais licitantes, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e, preferencialmente, nas mesmas condições ofertadas pela adjudicatária.

7.7 Os envelopes contendo a documentação relativa à habilitação das licitantes desclassificadas e das classificadas não declaradas vencedoras permanecerão sob custódia da comissão, até a formalização da contratação.

8. DA APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES E DO CONTEÚDO

8.1 No ato do credenciamento, o representante de cada licitante deverá apresentar, simultaneamente, 05 (cinco) envelopes fechados e indevassáveis, sendo:

ENVELOPE Nº 01

Plano de Comunicação Publicitária

NÃO IDENTIFICADO

ENVELOPE FORNECIDO PELO CREA-AL

ENVELOPE Nº 02

Plano de Comunicação Publicitária

Identificado contendo as seguintes informações:

Razão Social da empresa proponente e CNPJ

Concorrência Nº 001/2023 – Crea/AL – Envelope Nº 02

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária

ENVELOPE Nº 03

Demais informações da proposta técnica

Identificado contendo as seguintes informações:

Razão Social da empresa proponente e CNPJ

Concorrência Nº 001/2023 – Crea/AL – Envelope Nº 03

Proposta Técnica: Demais informações da proposta técnica

ENVELOPE Nº 04

Razão Social da empresa proponente e CNPJ

Concorrência Nº 001/2023 – Crea/AL – Envelope Nº 04

PROPOSTA DE PREÇOS

ENVELOPE Nº 05

Razão Social da empresa proponente e CNPJ

Concorrência Nº 001/2023 – Crea/AL – Envelope Nº 05

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 8.1.1 Após a entrega dos envelopes não caberá desistência da proposta, salvo motivo devidamente justificado, decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão;
- 8.1.2 Não caberá desistência da proposta, em hipótese alguma, depois de aberto o respectivo envelope.
- 8.1.3 A descrição completa dos envelopes encontra-se no Projeto Básico.
- 8.2 O **ENVELOPE nº 4** conterá a PROPOSTA DE PREÇOS, que deverá ser apresentada em papel timbrado da empresa, sem rasuras ou emendas, devendo seguir o modelo constante no **Anexo IV deste Edital**, bem como:
- 8.2.1 A proposta deverá ser apresenta em 01 (uma) via, impressa, com escrita em uma só face de cada folha, sem emendas nem rasuras, RUBRICADAS em todas as páginas e ASSINADA na última por seu representante legal, devendo constar de forma clara e precisa os elementos e requisitos mencionados no **Anexo IV (Modelo de proposta)**.
- 8.2.2 Os preços unitários deverão estar em moeda real, com duas casas decimais, devendo incluir tributos, prêmios de seguro, taxas, inclusive de administração, emolumentos, transporte, ou quaisquer despesas operacionais, todos os encargos trabalhistas, sociais, previdenciários, fiscais e comerciais, despesas e obrigações financeiras de qualquer natureza, frete, carga e descarga, enfim, todos os componentes de custo necessários à perfeita execução do objeto deste Edital;

- 8.2.3 Na proposta, deverá constar como prazo mínimo de validade 60 (sessenta) dias, contados da data da sessão pública de recebimento dos envelopes.
- 8.2.4 Junto à proposta deverá constar indicação do nome, RG e CPF e cargo na empresa do responsável legal;
- 8.2.5 **Serão desclassificadas as propostas que não atenderem às exigências deste Edital, do Projeto Básico e dos demais anexos;**
- 8.3 **O ENVELOPE Nº 05** deverá conter a documentação relativa à habilitação da empresa proponente, a qual deverá ser apresentada conforme regramento contido no item xx do Projeto Básico – Anexo I deste edital.
- 8.3.3 **Toda a documentação contida no ENVELOPE Nº 05 deverá ser preferencialmente numerada.**
- 8.3.4 **A CPL poderá, a qualquer momento, realizar diligências objetivando esclarecer algum aspecto na forma estatuída no § 3º, do art. 3º da Lei 8.666/93**
- 8.3.4.1 **O não cumprimento de diligências poderá acarretar a inabilitação do proponente.**

9. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS SOBRE OS DOCUMENTOS

- 9.1 Todos os documentos exigidos deverão ser apresentados em original ou por qualquer processo de CÓPIA reprográfica AUTENTICADA, ou ainda em publicação de órgão de imprensa, na forma da lei, numerados sequencialmente; Os da empresa vencedora serão retidos para oportuna juntada aos autos do processo administrativo.
- 9.2 Todas as declarações ou atestados expedidos pela licitante deverão estar assinados por seu representante legal ou procurador, com identificação clara do signatário e com FIRMA RECONHECIDA em cartório de ofício.
- 9.3 Os documentos emitidos via internet poderão ser conferidos pela equipe de apoio na sessão de CONCORRÊNCIA.
- 9.4 Se a empresa for matriz, todos os documentos deverão estar no nome da matriz. Se for filial, deverão estar em nome da filial, exceto aqueles que, pela própria natureza ou por determinação legal, forem comprovadamente emitidos apenas em nome da Matriz ou cuja validade abranja todos os estabelecimentos da empresa.

10. DO PREÇO E DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

10.1 Os preços ofertados deverão incluir todos os custos diretos e indiretos da proponente, inclusive encargos sociais, trabalhistas e fiscais que recaiam sobre o objeto licitado.

10.1.1 As hipóteses excepcionais de revisão de preços serão tratadas de acordo com a legislação vigente e exigirão detida análise econômica para avaliação de eventual desequilíbrio econômico-financeiro do contrato.

10.2 Serão desclassificadas as propostas, cujos preços sejam incompatíveis com a realidade de mercado.

10.3 Os recursos necessários para fazer frente às despesas do contrato serão demandados das seguintes dotações orçamentárias:

- I. 6.2.2.1.1.01.04.09.019 – SERVIÇOS DE PRODUÇÕES JORNALÍSTICAS
- II. 6.2.2.1.1.01.04.09.018 – SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL
- III. 6.2.2.1.1.01.04.09.044 – IMPRESSOS GRÁFICOS

11. ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

11.1 A adjudicação do objeto do presente certame será viabilizada pela Comissão sempre que não houver recurso.

11.2 A homologação da licitação é de responsabilidade exclusiva da autoridade competente e só poderá ser realizada depois da adjudicação do objeto ao proponente vencedor do certame pela Comissão, ou, quando houver recurso, pela própria autoridade competente, desde que a Comissão não julgue procedente o referido recurso.

12. DA CONTRATAÇÃO

12.1 Após a homologação da licitação, observadas a oportunidade e conveniência, a licitante vencedora será convocada por escrito, para, no prazo máximo de até 10 (dez) dias úteis, assinar e devolver o instrumento contratual, na forma da minuta apresentada, adaptado à proposta vencedora.

12.2 Incumbirá ao Contratante providenciar a publicação do extrato da contratação, conforme dispõe a legislação vigente.

12.3 Na celebração do contrato serão exigidas as mesmas condições de habilitação.

12.4 Caso a adjudicatária convocada a assinar o contrato não o fizer no prazo estabelecido pelo item 12.1, sem prejuízo das penalidades determinadas neste edital e na Lei 8.666/1993, a Comissão poderá convocar os licitantes remanescentes na ordem sucessiva de classificação, para, após negociação, aceitar a proposta e passar às fases seguintes.

12.5 Pela inexecução total ou parcial do contrato poderá, garantidos o contraditório e a ampla defesa, serem aplicadas ao contratado as sanções de que tratam os arts. 86 a 88 da Lei 8.666/1993, na forma estipulada neste edital.

13. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

13.1 Executar os serviços com presteza e pontualidade, em conformidade com os prazos estabelecidos no Edital, no Projeto Básico e nos demais anexos.

13.2 Fornecer as faturas, nos termos da lei.

13.3 Manter todas as condições de habilitação durante a vigência contratual.

13.4 Zelar pela boa e fiel execução dos serviços.

13.5 Acatar as instruções e observações que emanem da fiscalização, desde que sejam exigências estabelecidas no Edital, Contrato e/ou legislação pertinente.

13.6 Apresentar o documento fiscal específico, discriminado todo o fornecimento com indicação de preços unitários e totais dos serviços.

13.7 Permitir que o Contratante realize a fiscalização e o gerenciamento do contrato, em obediência às prescrições descritas no Art. 67 da Lei 8.666/1993.

13.8 Disponibilizar, no momento da assinatura do contrato, a relação atualizada dos estabelecimentos credenciados.

13.9 A Contratada deverá iniciar o serviço e/ou entregar os produtos de acordo com a solicitação do Contratante, no prazo de 10 (dez) dias, contados do recebimento da nota de empenho.

13.10 Realizar toda a execução dos serviços de acordo com este Edital, observando as quantidades e garantindo a qualidade do produto e regularidade do fornecimento.

13.11 Responsabilizar-se por todos os ônus referentes à execução dos serviços, incluindo impostos e todas as despesas, diretas e indiretas decorrentes do cumprimento das obrigações assumidas, enquanto perdurar a vigência do contrato, sem qualquer ônus ao Contratante.

13.12 Sanar as deficiências apontadas pela fiscalização na execução dos serviços e/ou entrega dos materiais.

13.13 Comunicar, por escrito, a ocorrência de qualquer anormalidade de caráter urgente que impossibilite o seu cumprimento, tão logo seja verificada, e prestar os esclarecimentos que julgar necessários ao Contratante em até 24 horas.

13.14 Não transferir a terceiros, por qualquer forma nem mesmo parcialmente, as obrigações deste contrato sem prévia e expressa anuência do Contratante.

13.15 Responsabilizar-se pelos danos causados diretamente ao contratante ou a terceiros decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do contrato, não excluindo ou reduzindo tal responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento pelo Contratante.

14. DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

14.1 Fiscalizar o cumprimento do objeto deste Edital.

14.2 Atestar as notas fiscais correspondentes.

14.3 Se recusar a receber os serviços e/ou objetos licitados, caso estes estejam em desacordo com a proposta apresentada pela empresa vencedora, fato que será devidamente caracterizado e comunicado à empresa, sem que a esta caiba direito à indenização.

14.4 Notificar a Contratada, por escrito, acerca de imperfeições, falhas ou irregularidades constatadas na prestação dos serviços objeto desta licitação para que sejam adotadas as medidas corretivas necessárias.

14.5 Efetuar os pagamentos devidos nas condições estabelecidas neste Edital e na autorização de fornecimento.

14.6 Prestar as informações e esclarecimentos que venham a ser solicitados pela Contratada.

14.7 Designar representante com competência legal para proceder ao acompanhamento e fiscalização, nos moldes do Art. 67 da Lei 8.666/1993.

14.8 Participar ativamente das sistemáticas de supervisão, acompanhamento e controle de qualidade dos serviços.

15. DAS PENALIDADES

15.1 Serão aplicáveis as sanções previstas no item 5 do Projeto Básico, Anexo I do presente edital.

15.2 Pela inexecução parcial ou total do objeto desta licitação, que inclui a não assinatura do contrato e ou participar do certame com fito de tumultuar o procedimento, o CREA-AL poderá, garantida a defesa prévia, aplicar à licitante vencedora as sanções listadas no item 5 do Projeto Básico.

15.3 A Advertência por escrito, será aplicada quando do não cumprimento de quaisquer das obrigações contratuais consideradas faltas leves, assim entendidas aquelas que não acarretam prejuízos significativos à execução do objeto da licitação e não prejudiquem o andamento das atividades normais do Contratante.

15.4 O valor correspondente à multa será abatido do pagamento que a Contratada tenha a receber ou notificada a recolher aos cofres do Contratante. Verificado, no primeiro caso, ser o crédito insuficiente para cobrir o valor da penalidade aplicada, será a Contratada notificada a recolher o saldo no prazo de 48 (quarenta e oito) horas, contados do recebimento da notificação, sob pena de cobrança judicial, independente da aplicação de outras sanções cabíveis.

15.5 A licitante que convocada dentro do prazo de validade de sua proposta e não assinar a autorização de fornecimento, deixar de entregar ou apresentar documentação falsa exigida para o certame, ensejar o retardamento da execução do objeto, não mantiver a proposta, falhar ou cometer fraude fiscal, ficará impedida de licitar e contratar com a União pelo prazo de até 05 (cinco) anos, sem prejuízo das multas previstas neste Edital, na autorização do fornecimento e das demais cominações legais, garantindo-se o direito à ampla defesa.

15.6 Na hipótese de ampliação das penalidades aqui previstas, a licitante será notificada para a prestação de defesa prévia, no prazo de 05 dias úteis, contados da notificação.

15.7 As sanções são independentes e a aplicação de uma não exclui a das outras.

16. DA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS E DA VIGÊNCIA DO CONTRATO

16.1 Os serviços contratados deverão atender às especificações constantes neste Edital, no Projeto Básico e nos demais anexos.

16.2 A análise dos serviços ofertados e/ou material entregue será procedida pela área técnica quando da verificação da conformidade da proposta com os requisitos estabelecidos no instrumento convocatório.

16.3 A execução do objeto será acompanhada e fiscalizada por um representante do Contratante especialmente designado para esse fim. A fiscalização exercida pelo Contratante não excluirá ou reduzirá a responsabilidade da contratada pela completa e perfeita execução do objeto contratual.

16.4 O Contrato terá validade de 12 (doze) meses de acordo com o calendário orçamentário vigente e, posteriormente, por iguais e sucessivos períodos até um total de 60 (sessenta) meses, conforme previsto no artigo 57, II da Lei 8.666/1993.

17. DO PAGAMENTO

17.1 O pagamento será realizado após a apresentação do documento fiscal exigível em conformidade com a legislação fiscal e com observância às regras estabelecidas no item 15 do Projeto Básico – Anexo I deste edital.

18. DA FISCALIZAÇÃO

18.1 Cabe ao Gestor contratual conferir os valores apresentados na Nota Fiscal e em outros documentos disponibilizados pela Contratada.

18.2 A apresentação da Nota Fiscal/Fatura com incorreções resultará na devolução à empresa Contratada para regularização.

18.3 Verificar o uso adequado de produtos e equipamentos por parte da Contratada.

18.4 Manter organizado e atualizado o controle dos serviços prestados.

18.5 Solicitar a Superintendência do CREA/AL, quando necessário, a aplicação de penalidades à Contratada por descumprimento de cláusulas contratuais.

18.6 Conferir/Atestar as Notas Fiscais e encaminhá-las ao Setor demandante para autorizar o pagamento.

18.7 Fornecer atestado de Capacidade Técnica quando solicitado, desde que atendidas às obrigações contratuais.

18.8 A ação ou omissão da fiscalização não exonera a Contratada de suas responsabilidades.

19. DO REAJUSTE E DA REPACTUAÇÃO

19.1 Os preços contratados poderão ser reajustados observando as premissas contidas no item 19 do Projeto Básico – Anexo I deste edital.

20. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

20.1 A apresentação da proposta implica aceitação de todas as condições estabelecidas neste Edital, no Projeto Básico e nos demais anexos, não podendo quaisquer licitantes invocar desconhecimento dos termos do ato convocatório ou das disposições legais aplicáveis à espécie para furtar-se ao cumprimento de suas obrigações.

20.2 A Concorrência poderá ser anulada ou revogada, nas hipóteses previstas em Lei, sem que tenham as licitantes direito a qualquer indenização, observado o disposto no Art. 59, da Lei 8.666/1993.

20.3 Com fundamento no Art. 43, §3º, da Lei Federal 8.666/1993, é facultada ao CREA-AL, em qualquer fase da licitação, promover diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo.

20.4 As empresas interessadas podem participar, desde que atendam às exigências legais, dos lotes que lhes interessam/aprouverem.

20.5 Os casos omissos e dúvidas serão devolvidos pela Comissão de Licitação.

21. DO FORO COMPETENTE

21.1 As partes elegem o Foro da Comarca de Maceió, excluído qualquer outro, por mais privilegiado que seja ou se torne, para solução de qualquer pendência ou dúvida resultante do instrumento.

Maceió/AL, 07 de Janeiro de 2023.

Rosa Maria Barros Tenório
Presidente do Crea-AL

SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CREA-AL – CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA
DO ESTADO DE ALAGOAS
AVISO DE LICITAÇÃO
PROCESSO Nº. 2231744/2021
CONCORRÊNCIA Nº 001/2023

PROJETO BÁSICO

1. OBJETO:

1.1 A presente licitação tem como finalidade contratação de empresa para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução e distribuição externa materiais e peças publicitárias conforme determina o artigo 2º da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que regulamenta as normas gerais para licitação e contratação de serviços de publicidade prestados por intermédios de agências de propaganda, e ainda na Lei 4.680/65 que fundamenta à referida contratação.

2. JUSTIFICATIVA

2.1 Cientes da importância da comunicação para qualquer instituição, principalmente para uma representativa como o Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de Alagoas – CREA/AL, que atende mais de 8 mil profissionais da engenharia, agronomia, geografia, geologia, meteorologia, tecnólogos e técnicos de segurança do trabalho, destacamos a necessidade da renovação deste pleito, que garante a contratação de uma empresa com especialização em publicidade e propaganda.

2.2 Cuidar da imagem do Crea/AL é dialogar com nossos profissionais e fazer com que eles se sintam informados com as ações que o Conselho vem desenvolvendo.

2.3 A continuidade da consultoria especializada em comunicação proporciona uma análise mais apurada sobre o nosso público-alvo e sobre quais mídias devem ser utilizadas para veicular a informação desejada.

2.4 Manter o serviço continuará a garantir a efetivação dos princípios da eficiência, eficácia e economicidade da administração pública, já que o serviço prestado por especialistas norteia o Crea/AL nos melhores investimentos.

2.5 Administrativamente, a entidade também garante a desburocratização processual na contratação de um determinado veículo, já que a agência seguirá responsável por essa logística.

2.6 Desta forma, concluímos que a utilização dos recursos vindos do Crea/AL ou pelo Programa de Desenvolvimento e Aperfeiçoamento da Comunicação – PRODACOM, será mais bem administrado com a consultoria especializada da agência de publicidade.

3. ESPECIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS:

3.1 Os serviços a serem executados devem atender as campanhas relacionadas na tabela da ABAP-AL 2022, Anexo IV deste Projeto Básico e sendo compreendidos os serviços de publicidade conforme abaixo a seguir:

3.1.1 O planejamento, conceituação, concepção de campanhas para o público externo a serem definidas em cada solicitação do CREA-AL;

3.1.2 Criação, roteirização, pré-produção, produção técnica, finalização, implementação, intermediação e supervisão da produção de todas as peças planejadas e propostas.

3.1.3 Planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente à determinada ação publicitária;

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

3.1.5 Planejamento de mídia e não-mídia para a campanha interna e externa, independentemente da utilização ou não dos planos sugeridos;

3.1.6 Produção de todas as peças sugeridas;

3.1.7 A consultoria na distribuição das peças produzidas conforme o plano de mídia e não-mídia;

3.1.8 Reuniões com a equipe da Assessoria de Comunicação do CREA-AL, para aprovação de cada passo (da ideia à arte-finalização);

3.1.9 Pesquisas de pré-teste e pós-teste vinculadas à concepção e criação da campanha interna e externa, incluindo todas as peças e materiais publicitários; Nas avaliações de pré-teste e pós-teste, é vedada a inclusão de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com cada ação publicitária específica ou com o objeto do contrato desta prestação de serviços de publicidade);

3.1.10 A entrega, para fins de arquivo, de duas cópias (impressas e gravadas em mídia digital) de todo o material produzido em arquivo editáveis (CDR, PSD ou AI);

3.1.11 A guarda, para solicitação a qualquer tempo, de cópias do material produzido pela agência;

3.1.12 Não está contemplada no objeto desta licitação a divulgação de publicidade oficial, assim entendida a publicação de documentos e informações determinadas por força de lei ou regulamento veiculada via Diário Oficial;

3.1.13 Os serviços de concepção e criação das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação, nos termos do art. 72 da Lei nº 8.666/93. As demais ações poderão ser subcontratadas a critério e sob supervisão da agência contratada.

3.1.14 Os serviços de publicidade contratados terão por objeto somente as atividades previstas na Lei Nº 12.232/2010, considerando as modificações advindas da Lei Nº 14.356/2022.

3.2 Prazos, local e condições de execução dos serviços, a empresa contratada deverá:

3.2.1 Os serviços poderão ser produzidos em qualquer ponto do território nacional;

3.2.2 As reuniões de aprovação serão realizadas, salvo acordo de ambas as partes, na sede do CREA-AL em Maceió-AL, admitindo-se reuniões *on-line* através de plataforma determinada pela Contratante em dia e horário previamente estipulados.

3.2.3 O Licitante vencedor não poderá solicitar prorrogação de prazo ou retardar a execução do objeto da presente Licitação, a não ser por caso fortuito e alheio à sua vontade, devidamente justificado perante a Fiscalização.

3.3 Os serviços listados neste Projeto Básico serão executados em regime SOB DEMANDA, não estando o Contratante obrigado a executar integralmente os valores estimados para a contratação.

4. ESTRATÉGIA DE CONTRATAÇÃO

4.1 A licitação será processada por meio de licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA PÚBLICA**, na forma da lei 12.232/2010, com alterações trazidas pela 14.356/2022, e tipo **TÉCNICA E PREÇO**, conforme determina o art. 5º, da Lei 12.232/2010.

5. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

5.1 As propostas deverão ser apresentadas observando as seguintes premissas e conter os elementos abaixo:

- 5.1.1 As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados à Comissão Permanente de Licitação em **envelopes distintos e separados**, na forma a seguir discriminada, todos fechados e rubricados no fecho (com exceção da rubrica no Envelope nº 01).
- 5.1.2 **O envelope padronizado deverá ser retirado pela interessada de segunda a sexta-feira, das 9h00min às 14h00min, no seguinte endereço: Rua Dr. Osvaldo Sarmiento, 22 Farol - Maceió-AL.**
- 5.1.3 O envelope padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente;
- 5.1.4 A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em 03 (três) Envelopes distintos, sendo:

ENVELOPE Nº01
Plano de Comunicação Publicitária
NÃO IDENTIFICADO
ENVELOPE FORNECIDO PELO CREA/AL

ENVELOPE Nº02
Plano de Comunicação Publicitária
IDENTIFICADO CONTENDO AS SEGUINTE INFORMAÇÕES:
RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA PROPONENTE E CNPJ
CONCORRÊNCIA Nº001/2023 – CREA/AL - ENVELOPE Nº 02
PROPOSTA TÉCNICA: Plano de Comunicação Publicitária
ENVELOPE Nº03
Demais informações da proposta técnica

IDENTIFICADO CONTENDO AS SEGUINTES
INFORMAÇÕES:
RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA PROPONENTE E CNPJ
CONCORRÊNCIA Nº 001/2023- CREA/AL - ENVELOPE Nº 03
PROPOSTA TÉCNICA: Demais informações da proposta técnica

5.1.5 Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, no Envelope nº 1.

5.1.5.1 O Envelope destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido previamente pelo CREA/AL sem nenhum tipo de identificação.

5.1.5.2 O Envelope nº 1, Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária –

Via Não Identificada, deverá conter: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia. Não poderá ter nenhuma identificação na parte externa, nem mesmo rubrica, para preservar – até a abertura do Envelope nº 2 – o sigilo quanto à sua autoria.

5.1.5.3 A Comissão Permanente de Licitação só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada** que estiver acondicionado no Envelope nº 1 fornecido obrigatoriamente pelo CREA/AL, a pedido da licitante interessada na presente licitação. Na hipótese do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada** estar acondicionado em envelope diverso do fornecido pelo CREA/AL, a Comissão estará impedida de aceitá-lo, permanecendo a licitante sujeita a desclassificação.

5.1.5.4 **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada** deverá ser redigido em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

- a) em papel A4, branco com 75 gr/m²; orientação retrato;
- b) com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- c) sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- d) com espaçamento simples (“1,00”) entre as linhas;
- e) com texto na cor preta com fonte “arial”, estilo “normal”, tamanho “12 pontos”;
- f) com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;

- g) em caderno único, grampeado no canto superior esquerdo;
- h) sem identificação da licitante;
- i) alinhamento justificado do texto.

5.1.5.5 **O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada** não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação da sua autoria.

5.1.5.6 A Comissão Permanente de Licitação não receberá o Envelope n.º 1 que tenha sido danificado no manuseio/transporte ou deformado pelas peças e demais documentos nele acondicionados.

5.1.5.7 **O Envelope nº 1 – Via Não Identificada** deverá ser retirado pela licitante interessada EXCLUSIVAMENTE na Sede do CREA/AL, no endereço constante do preâmbulo do Edital, em dias úteis, das 08h00min às 14h00min.

5.1.5.8 **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, deverá ser apresentado no Envelope nº 2, identificado conforme o item 5.1.2 supra.

5.1.5.9 O Envelope nº 2 será 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.

5.1.5.10 **O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, deverá se constituir em uma **cópia** da via não identificada, com a identificação da licitante e 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 identificados.

5.1.5.11 O Envelope nº 3 será 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.

5.1.5.12 O Envelope nº 3 e os documentos nele acondicionados (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada** e que permita a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope n.º 2, conforme inciso XIII, do artigo 6º, da Lei nº 12.232/10.

5.2 Apresentação e elaboração da Proposta Técnica

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

Quesitos	Subquesitos
Plano de Comunicação Publicitária	
	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
Capacidade de Atendimento	
Repertório	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

5.3 A Proposta de Preços deverá ser acondicionada no Envelope nº 4, identificado com as seguintes informações:

ENVELOPE Nº 04
RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA PROPONENTE E CNPJ
CONCORRÊNCIA Nº 001/2023 – CREA/AL - ENVELOPE Nº 04
PROPOSTA DE PREÇOS

5.3.1 O Envelope nº 4 será 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.

5.3.2 A proposta de preços deverá ser apresentada em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente, ser redigida em língua portuguesa – exceto no caso

de expressões de uso corrente –, com clareza, sem emendas ou rasuras, ser datada e assinada ao término de cada componente da proposta e rubricada na demais por quem detenha poderes de representação legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificados.

5.3.3 A proposta de preços deverá ser apresentada conforme **modelo disposto no Anexo III** do Edital.

5.4 Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados no Envelope nº 5, identificado com as seguintes informações:

ENVELOPE Nº 05
RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA PROPONENTE E CNPJ
CONCORRÊNCIA Nº 001/2023 – CREA/AL - ENVELOPE Nº 05
DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

5.4.1 O Envelope nº 5 será 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.

5.4.2. Os documentos de habilitação deverão ser apresentados em uma via, preferencialmente numerados e rubricados em todas as suas páginas por representante legal da licitante ou por seu preposto.

5.4.3. Não será aceito nenhum protocolo de entrega ou solicitação de documentos em substituição aos relacionados no Edital.

6. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

6.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

- a) apresentada em papel que identifique a licitante, preferencialmente ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b) elaborada em plena observância ao modelo contido no Anexo III deste Edital;
- c) datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

6.1.1 Os percentuais de desconto e honorários propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

6.2 Quaisquer tributos, custos e despesas diretos ou indiretos omitidos da proposta ou incorretamente cotados, serão considerados como inclusos nos preços, não sendo considerados pleitos de acréscimos, a esse ou qualquer título, devendo os serviços respectivos, serem fornecidos ao CREA/AL sem ônus adicionais;

6.3 A apresentação da proposta implicará na plena aceitação, por parte do proponente, das condições estabelecidas no edital e seus Anexos.

6.4 Não serão admitidos cancelamentos, retificações de preços ou alterações nas condições estabelecidas, uma vez abertas as propostas. Os erros ou equívocos e omissões havidos nas cotações de preços, serão de inteira responsabilidade do proponente, não lhe cabendo, no caso de erro para mais e consequente desclassificação, qualquer recurso, nem tampouco, em caso de erro para menos, eximir-se da prestação dos serviços objeto da presente licitação.

6.5 O prazo de validade das propostas deverá ser de no mínimo 60 (sessenta) dias. Para as propostas que omitirem o prazo de validade da proposta, fica estabelecido que este prazo será o estipulado nesta alínea. Tal circunstância não enseja desclassificação.

7. VALORIZAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

7.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital e em seus anexos.

7.2 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

7.3 A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação acondicionada no **Envelope nº 4**, nos moldes do **Anexo III**, deverá ser constituída de:

7.3.1 Declaração da licitante de que, durante a vigência do contrato, concederá desconto sobre os preços dos serviços previstos da Tabela de Custos internos 2022- ABAP (http://www.abap-al.com.br/arquivos/Abap_Alagoas_2022.pdf) observado o disposto no Edital, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, não será aceito:

a) desconto inferior a 10% (dez por cento) em relação aos preços previstos na tabela do referencial de custos da ABAP-AL, Associação Brasileira das Agências de Publicidade do Estado de Alagoas, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

b) percentual de honorários superior a 5 % (cinco por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

c) percentual de honorários superior a 5 % (cinco por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

d) percentual de honorários superior a 5 % (cinco por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº. 4.680/1965.

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

7.4 A nota da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir.

7.4.1 A Comissão Permanente de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea 'a' do subitem 7.3.1	$P1 = 1,0 \times \text{desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'b' do subitem 7.3.1	$P2 = 2,0 \times (5,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos	$P3 = 2,0 \times (5,0 - \text{Honorários})$

serviços previstos na alínea 'c' do subitem 7.3.1	
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'd' do subitem 7.3.1	$P4 = 5,0 \times (5,0 - \text{Honorários})$

Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos 'desconto' e 'honorários' serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo '%'.

7.4.2 A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 7.4.1, como segue:

$$P = P1 + P2 + P3 + P4.$$

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

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

- a) o maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante;
- b) o menor percentual de honorários referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores.
- c) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- d) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato.

7.5 A Nota Final da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir:

7.5.1. Será considerada a melhor proposta de preços aquela que atingir a maior pontuação observadas as seguintes premissas:

- a) Para PMPP - Proposta de Maior Pontuação de Preços será atribuída a NFPP de 100;
- b) As demais propostas terão suas notas apuradas considerando a seguinte fórmula:
$$PA \times 100 / PMPP = NFPP$$
, onde:
PA – Proposta em análise
PMPP – Proposta de Maior Pontuação.

8. HABILITAÇÃO

8.1 Para comprovação da habilitação serão exigidos os seguintes documentos:

8.1.1 **Habilitação Jurídica:**

- a) Registro comercial, no caso de empresário individual;
- b) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresárias e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documento de eleição de seus administradores;
 - b.1) A comprovação do Ato Constitutivo em vigor poderá ser feita mediante apresentação do Contrato Social ou o Estatuto acompanhado de todas as alterações posteriores, se houver, ou pelo Contrato Consolidado contemplando as alterações posteriores, se houver;
- c) Ato constitutivo/contrato social, no caso de sociedades simples, acompanhado de prova de diretoria em exercício;
 - c.1) Certidão expedida por Órgão de Registro Público comprovando inscrição do ato constitutivo, em caso de sociedades simples;
- 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 o exigir.

8.1.2 **Regularidade fiscal e Trabalhista:**

- a) Prova de regularidade perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação da Certidão Conjunta Negativa de Débito relativa a tributos federais e à Dívida Ativa da União, ou Certidão Positiva com efeitos de Negativa.
- b) Prova de regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), mediante apresentação da Certidão de Regularidade Fiscal (CRF) ou Certidão Positiva com efeitos de Negativa.
- c) Prova de regularidade perante a Justiça do Trabalho, mediante apresentação da Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), em cumprimento ao disposto na Lei 12.440/2011.

8.1.3 QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:

- a. Certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão – CENP ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;
- b. Comprovação de aptidão para a realização do objeto da presente licitação através de Atestado (s) de capacidade técnica, fornecidos por pessoas jurídicas de direito público ou privado, demonstrando que a empresa licitante realizou serviços pertinentes ao objeto desse certame em qualquer época, que demonstre a prestação de serviços pertinentes.

8.1.4 Documentação Complementar:

- a) Declaração de inexistência de fato impeditivo na habilitação, na forma do parágrafo 2º do art. 32 da Lei nº. 8666/93, e de atendimento ao disposto no inciso V do art. 27 da Lei 8.666/93 conforme modelo constante nos anexos I e II do edital;
- b) Declaração, firmada pela licitante de que não possui em seu quadro funcional menores de dezoito anos, em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e nem menores

de dezesseis anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz a partir dos catorze anos.

- c) Planilha contendo os dados gerais da empresa, conforme modelo constante no anexo I, para os efeitos administrativos necessários: lavratura do contrato, emissão de nota de empenho, pagamentos. A não entrega da planilha de dados na forma do anexo acima mencionado não implicará a inabilitação da licitante do certame licitatório, devendo, o(a) Pregoeiro(a) conceder prazo para sua apresentação.
- d) Serão realizadas consultas nos portais de transparência do CNJ, TCU e CGU quanto a existência de fatos impeditivos de contratação.

9 PROPOSTA TÉCNICA (Envelopes nº 1, nº 2 e nº 3)

9.1 A Proposta Técnica será apresentada no **Envelope nº 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, no **Envelope nº 2 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, e será constituída de plano de comunicação para campanha publicitária em ambos os envelopes, e no **Envelope nº 3** contendo Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

9.1.1. Quanto ao **plano de comunicação publicitária - campanha simulada**: a licitante deverá apresentar um plano de comunicação, observando o tema e outras informações constantes no Projeto Básico - *Briefing (Anexo II)*, do Edital. A campanha simulada deverá ser apresentada de acordo com os seguintes quesitos técnicos:

9.1.1.1 **Raciocínio básico**: apresentação de texto em, no máximo, 03 (três) páginas de papel tamanho A4, em que a licitante exporá seu entendimento sobre as informações apresentadas no Projeto Básico - *Briefing (Anexo II)*, em especial sobre o problema de comunicação definido. Apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do CREA/AL, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados.

9.1.1.2 **Estratégia de comunicação publicitária**: apresentação de texto em, no máximo, 03 (três) páginas de papel tamanho A4, no qual a licitante deverá explorar o conceito e o partido temático que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar o problema de comunicação apresentado no Projeto Básico – *Briefing (Anexo II)*, formulando

a defesa dessa opção. A licitante indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo CREA/AL.

9.1.1.3 Ideia criativa: apresentação em, no máximo 06 (seis) páginas de papel tamanho A4, de síntese da estratégia de comunicação publicitária expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, descritas sob a forma de roteiros e textos, limitadas a 06 (seis), sendo 03 (três) por tipo de mídia e 03 (três) por tipo de não mídia. Faz parte da ideia criativa a frase síntese (slogan) e as peças que a corporificam. Corresponde à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária.

9.1.1.4 Estratégia de mídia e não mídia: exposição na forma de texto em, no máximo, 03 (três) páginas de papel tamanho A4, no qual a licitante deverá, com base em informações extraídas do Projeto Básico - *Briefing* e tendo como parâmetro a verba referencial estimada para a campanha (**Anexo II**), demonstrar:

- a) conhecimento e análise dos meios de comunicação e hábitos dos diversos segmentos de público a serem atingidos pela campanha;
- b) os planos de distribuição de todas as peças previstas na campanha, contendo a estratégia e tática de mídia e não mídia que justifiquem as opções escolhidas.

9.1.1.4.1 Neste quesito 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 disponível indicada neste instrumento convocatório, e identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

9.1.1.4.2 Para fins desta concorrência consideram-se como não mídia, meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

9.1.1.4.3 Se a licitante optar pela elaboração de tabelas, planilhas e gráficos para integrarem o seu plano de mídia e não mídia, as licitantes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para a sua apresentação.

9.2. Quanto à comprovação da **capacidade de atendimento**.

9.2.1 A comprovação da **capacidade de atendimento** deverá ser através de:

- a) quantificação e qualificação dos profissionais da licitante, demonstrado através de currículo sintético, que informe o nome, formação, tempo de função, experiência, bem como, a área de atuação em que serão disponibilizados para a execução dos serviços, tais como: estudo e planejamento, criação, produção, mídia e atendimento;
- b) sistemática de atendimento, detalhando as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, na execução do contrato, abrangendo os prazos necessários, em condições normais de trabalho, para a criação de campanha e a elaboração de plano de mídia;
- c) descrição das instalações, infraestrutura e recursos materiais disponíveis para a execução do contrato;
- d) relação dos clientes da agência, por ordem cronológica, indicando o ramo de atividade e a data do início e término do atendimento ou a vigência da contratação de cada um dos clientes.

9.3 Quanto à apresentação do **repertório**.

- a) o trabalho apresentado deve ser acompanhado obrigatoriamente de ficha técnica, com identificação da licitante, informando o título, data ou período de veiculação, o problema de comunicação que se propôs a resolver e a indicação de, pelo menos, um veículo que o exibiu;
- b) vídeos deverão ser apresentados em DVD e os spots e/ou jingles em CD;
- c) material gráfico deverá ser apresentado na forma original ou através de redução.

9.4 Quanto aos **relatos de soluções de problemas de comunicação**.

9.4.1 Os **relatos de soluções de problemas de comunicação**, também chamados de *cases histories*, deverão ser apresentados com, no máximo, 02 (dois) relatos sobre soluções de problemas de comunicação, expressamente referendados pelos respectivos anunciantes. É permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças de qualquer tipo para cada *case history*.

9.5 Instruções relativas ao **plano de comunicação publicitária - simulação de campanha**, que deverá atentar para as seguintes observações:

- a) fica a critério da licitante a definição das praças a serem consideradas na simulação da campanha publicitária e de mídia;

b) para o cálculo da distribuição dos custos de produção e veiculação da campanha simulada, a licitante utilizará como referência a verba estipulada, apresentando-os conforme dispõe, exemplificativamente, a tabela abaixo:

MEIO	PEÇAS	CUSTOS			VALOR TOTAL(R\$)
		Internos	Terceiros	Honorários	
Televisão					
Rádio					
Jornal					
Revista					
Outdoor					
Impressos					
Outros/Especificar					
Total dos custos de produção					
Total dos custos de veiculação (incluído o desconto de agência)					
TOTAL GERAL					

c) na formulação deste quesito – campanha simulada – e conforme o caso, as concorrentes deverão obrigatoriamente utilizar-se dos valores da Tabela de Custos internos 2022- ABAP (http://www.abap-al.com.br/arquivos/Abap_Alagoas_2022.pdf);

d) na simulação de mídia a proponente deve considerar os valores reais das tabelas de preços dos veículos de comunicação;

e) não serão admitidos descontos ou eventuais benefícios decorrentes de programas de incentivos oferecidos por veículos de comunicação;

f) com referência à campanha publicitária simulada da proposta vencedora, o CREA/AL poderá, a seu juízo, decidir pela sua produção e veiculação, com ou sem modificações, na vigência do contrato;

g) será desclassificada a proposta que apresentar valor superior à verba referencial estimada. R\$ 480.000,00 (quatrocentos e oitenta mil reais);

9.6 A proposta técnica deverá ter sua documentação numerada em ordem sequencial, de acordo com sumário e especificação dos anexos, quando for o caso.

9.6.1 Deverão ser observados todos os requisitos aqui estabelecidos para a formulação das propostas de preços. Deverão estar inclusas na proposta de preços todas as despesas, diretas ou indiretas, decorrentes de trabalhos executados em horas extraordinárias, trabalhos diurnos e noturnos, dominicais e feriados, inclusive despesas com instalações, encargos trabalhistas e sociais, tributos, seguros, lucro, deslocamento, diárias, hospedagem e alimentação, e todas as demais despesas necessárias, de modo que os valores apresentados na proposta comercial constituam a única contraprestação pela execução dos serviços.

9.6.2 Da validade da proposta: a validade da proposta não poderá ser inferior a 90(noventa) dias, contados da data limite estabelecida para sua apresentação, a qual será considerada sucessiva e automaticamente renovada, por igual período, até a conclusão do processo licitatório e convocação das licitantes vencedoras para assinatura do respectivo contrato.

9.6.3 É de inteira responsabilidade da licitante a omissão de valor ou volume de qualquer serviço necessário à perfeita e completa execução do objeto da licitação.

9.6.4 Todos os percentuais deverão ser apresentados de forma precisa, limitada ao objeto do Edital e sem conter alternativas de preço ou condição que induza o julgamento a ter mais de um resultado, sob pena de desclassificação.

10 DO PROCESSAMENTO DA LICITAÇÃO

10.1 Serão realizadas **4 (QUATRO) sessões públicas**, observados os procedimentos previstos no Edital e na legislação em vigor.

10.2 Serão lavradas atas circunstanciadas de todas as reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da **Comissão de Licitação** ou da **Subcomissão Técnica**, conforme o caso, e pelos representantes das licitantes presentes.

10.3 A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no Edital.

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

10.3.2 A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse do CREA/AL, relevar omissões puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas proponentes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e possam, se for o caso, ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão de Licitação.

10.3.3 Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

10.3.4 Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

10.3.5 A Comissão de Licitação poderá alterar as datas ou as pautas das reuniões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

10.4 A **primeira sessão pública** será realizada no local, dia e hora previstos no preâmbulo no Edital e terá basicamente a seguinte pauta:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio da documentação exigida no Edital;
- b) receber os Envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) conferir se os Envelopes nº 1 apresentam em sua parte externa alguma menção que identifique a empresa licitante, ou se os Envelopes nº 3 possuem alguma menção que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, ocorrências que impedirão a Comissão de receber todos os seus Envelopes;
- d) abrir os Envelopes nº 1 e nº 3.

10.4.1 Os integrantes da Subcomissão Técnica **não** poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos Envelopes nº 1 e nº 3, conforme parágrafo 1º do artigo 11 da Lei nº 12.232/2010.

10.4.2 Os Envelopes padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só serão recebidos pela Comissão de Licitação se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante ou, ainda, se não estiverem danificados ou deformados.

10.4.3 Comissão de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Envelopes padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

10.4.4 O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

- a) abertura do Envelope nº 1, com a via não identificada do plano de comunicação publicitária, e do Envelope nº 3, com a capacidade de atendimento, o repertório e os relatos de soluções de problemas de comunicação;
- b) após a abertura pela Comissão dos envelopes n.ºs 1 e 3, referentes à Proposta Técnica em sessão pública, será franqueado o exame dos documentos deles constantes aos presentes.
- c) encaminhamento das Propostas Técnicas constantes do Envelope nº 1 à Subcomissão Técnica para análise e julgamento;
- d) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos planos de comunicação publicitária, elaboração da ata de julgamento e encaminhamento à Comissão de Licitação das propostas, da planilha com as pontuações e da justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso, desclassificando-se as propostas que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;
- e) encaminhamento das Propostas Técnicas constantes do Envelope nº 3 à Subcomissão Técnica para análise e julgamento;
- f) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da capacidade de atendimento, do repertório e dos relatos de soluções de problemas de comunicação, elaboração da ata de julgamento e encaminhamento à Comissão de Licitação das propostas, da planilha com as pontuações e da justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso, desclassificando-se as propostas que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório.

10.5 A **segunda sessão pública** será para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

- a) abertura dos Envelopes com a via identificada (Envelope n.º 2) do plano de comunicação publicitária;
- b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;
- c) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;
- d) o Presidente da Comissão solicitará aos representantes das licitantes que analisem e rubriquem todas as folhas contidas nos Envelopes nº 1, 2 e 3 e formulem, se for o caso, impugnações relativamente à documentação ou protestos quanto ao transcurso desta licitação, para que constem da ata da reunião;
- e) proclamação do resultado do julgamento geral das propostas técnicas, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação.

10.5.1 Será publicado o resultado do julgamento das Propostas Técnicas com a indicação dos proponentes desclassificados e dos classificados, em ordem de classificação organizada pelo nome das licitantes, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea “b”, do inciso I, do art. 109, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

10.6 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da **terceira sessão pública**, com a seguinte pauta básica:

- a) os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos Envelopes contendo as Propostas de Preços, conforme parágrafo 1º, do artigo 11, da Lei n.º 12.232/2010;
- b) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- c) abrir o Envelope nº 4, cujos documentos serão analisados e rubricados pelos membros da Comissão de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

- d) examinar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas no Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las, inclusive julgando eventuais impugnações/questionamentos elaborados pelas demais licitantes;
- e) identificar a proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f) realizar com a licitante mais bem-classificada na fase da Proposta Técnica – caso não tenha apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº 8.666/93, art. 46, § 1º, inciso II, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;
- g) realizar procedimento idêntico, no caso de impasse na negociação anterior, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação.

10.6.1 Será publicado o resultado do julgamento da Proposta de Preço com a indicação da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea “b”, do inciso I, do art. 109, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

10.7 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da **quarta sessão pública**, convocando as licitantes classificadas no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber e abrir o Envelope nº 5, cujos documentos de habilitação serão analisados e rubricados pelos membros da Comissão de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) examinar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas no Edital quanto à habilitação e habilitar e/ou inabilitar as empresas classificadas nas etapas anteriores, inclusive julgando eventuais impugnações/questionamentos elaborados pelas demais licitantes.

10.7.1 Será publicado o resultado da habilitação com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, **abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis** para interposição de recurso, conforme disposto na alínea “b”, do inciso I, do art. 109, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

10.7.2 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Licitação, encaminhará o processo à Presidência do CREA/AL, que após sua apreciação homologará ou não o resultado e, assim, aprovará ou não a adjudicação do objeto desta concorrência à vencedora.

10.8 Os Envelopes das licitantes inabilitadas e/ou desclassificadas ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias, contados do encerramento (homologação) da licitação. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, o CREA/AL providenciará sua destruição.

10.9 Das reuniões da Comissão e da Subcomissão Técnica serão lavradas Atas que serão assinadas por todos os presentes.

10.10 O não comparecimento de um ou mais licitantes não obstará o andamento normal da respectiva fase licitatória.

11. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA E JULGAMENTO FINAL

11.1 **Julgamento da Proposta Técnica:** as propostas técnicas apresentadas pelas licitantes, primeiramente, serão examinadas para estabelecer o cumprimento das condições prescritas no Edital e em seus anexos.

11.1.1 Será desclassificada a proposta técnica que se enquadrar em qualquer uma das seguintes situações:

- a) não satisfizer as exigências fixadas no Edital e seus anexos;
- b) não obtiver a pontuação mínima geral, igual a 60 (secenta) pontos, ou seja, 60% (sessenta por cento) do total de pontos possíveis.

11.1.2 Como critérios de julgamento serão considerados pela Subcomissão Técnica as seguintes características pertinentes aos quesitos técnicos a que se referem:

11.1.2.1 **Raciocínio básico.** Acuidade da compreensão em relação:

- a) às características da função do CREA/AL, relevantes para a comunicação;

- b) à natureza, extensão e qualidades das relações do CREA/AL com o seu público referencial;
- c) ao papel do CREA/AL no atual contexto sociopolítico econômico, tomando por base a sua missão;
- d) aos problemas – geral e específico – de comunicação do CREA/AL, tendo em conta a missão em que se baseia.

11.1.2.2 Estratégia de comunicação. Demonstração de:

- a) adequação do conceito proposto ao CREA/AL, considerando as questões dispostas no *Briefing*;
- b) riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto que viabilizem a comunicação do CREA/AL com seu público, levando em consideração a missão do Conselho e os desafios anunciados no *Briefing*;
- c) a consistência e a pertinência da argumentação formulada pela licitante em defesa de sua proposição.

11.1.2.3 Ideia criativa. Deve-se observar:

- a) sua adequação ao objetivo final dos desafios enunciados e aos objetivos estratégicos de comunicação do CREA/AL, tendo por base as questões dispostas no *Briefing*;
- b) a multiplicidade de leituras que comporta relativamente aos objetivos e fins do CREA/AL;
- c) a cobertura dos segmentos de público contemplados pela multiplicidade de leituras;
- d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) a simplicidade da forma de sua apresentação;
- f) sua pertinência às atividades do CREA/AL e sua inserção na sociedade;
- g) os desdobramentos de comunicação que oferece;
- h) a exequibilidade das peças publicitárias.

11.1.2.4 Estratégia de mídia e não mídia. Aferida através de:

- a) conhecimento e análise dos meios de comunicação e hábitos dos diversos segmentos de público prioritários;
- b) capacidade analítica determinada pela análise desses hábitos;

- c) consistência do plano simulado de distribuição de verba publicitária, contemplados os itens antecedentes;
- d) a economicidade na aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano de distribuição de peças, segundo critérios técnicos de mídia.

11.1.2.5 Capacidade de atendimento. Sendo considerados:

- a) tempo de experiência dos profissionais relacionados tanto na função como em áreas pertinentes ao seu trabalho;
- b) a correlação entre a qualificação técnica da licitante e a estratégia de comunicação publicitária proposta, sendo levada em conta a quantificação dos quadros correspondentes;
- c) a qualificação dos profissionais a serem disponibilizados para o atendimento do órgão da Administração;
- d) a operacionalidade do relacionamento entre CREA/AL e a agência de propaganda, traduzida através de esquema apresentado na proposta pela licitante;
- e) a segurança técnica e operacional constatada através dos procedimentos especificados;
- f) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato.

11.1.2.6 Com referência ao **repertório**, serão avaliados:

- a) sua concepção;
- b) sua pertinência;
- c) a clareza de exposição; e
- d) a qualidade de execução e acabamento do texto.

11.1.2.7 Os **relatos de soluções de problemas de comunicação** submeter-se-ão à avaliação:

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

11.1.3 Da pontuação da Proposta Técnica.

11.1.3.1 A pontuação final das propostas técnicas corresponderá ao somatório das **notas de zero a dez (0 a 10)** atribuídas a cada item, individualmente, pelos membros da Subcomissão Técnica, multiplicadas pelos respectivos pesos, a seguir indicados:

QUESITO TÉCNICO/ITEM	PESOS
Raciocínio básico	1,5
Estratégia de comunicação	2
Ideia criativa	2,5
Estratégia de mídia e não mídia	2
Capacidade de atendimento	1
Repertório	0,5
Relatos de soluções de problemas	0,5

11.1.3.2 O somatório das notas obtidas por cada proponente será denominado de NFPT – Nota Final da Proposta Técnica, cuja pontuação máxima possível será de 100 pontos. Será desclassificada a proposta que não alcançar pontuação igual ou superior a 60% (sessenta por cento) do total possível de pontos, equivalente ao somatório da pontuação atribuída, individualmente, pelos membros da Subcomissão Técnica.

11.1.3.3 Se, na avaliação de um quesito ou subquesito, a diferença entre a maior e a menor pontuação for maior que 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou subquesito, será aberta discussão entre todos os membros da Subcomissão para apresentação, por seus autores, das justificativas das pontuações destoantes. Caso a argumentação não seja suficiente ao convencimento dos membros da Subcomissão, o autor reavaliará a sua pontuação.

11.1.3.4 Caso os autores das pontuações destoantes não adotem novas pontuações, deverão registrar suas justificativas por escrito em ata, a qual deverá ser assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

11.1.3.5 Na hipótese de ocorrer número de pontos fracionados, serão considerados até o máximo de duas casas após a vírgula, sem aplicação de arredondamento de qualquer espécie.

11.1.3.6 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por uma Subcomissão Técnica que não participará da sessão de recebimento e abertura dos envelopes de caráter público.

11.1.3.7 A análise será individualizada e o julgamento do Plano de Comunicação Publicitária feito dentro do estabelecido no Edital, observados os critérios por ele fixados.

11.1.4 A Subcomissão Técnica elaborará as planilhas com as pontuações de cada um de seus membros e planilha totalizadora correspondente à soma da pontuação atribuída aos quesitos e subquesitos.

11.1.5 A Subcomissão Técnica desclassificará as Propostas Técnicas que não atenderem a quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no Edital.

11.1.6 Incumbirá à Subcomissão Técnica a elaboração da ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária (envelope n.º 1) e encaminhamento à Comissão, juntamente com as Propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que fundamentaram cada caso.

11.1.7 De igual forma a Subcomissão Técnica procederá com relação aos materiais contidos no envelope n.º 3, encaminhados à Comissão de forma idêntica à indicada no subitem anterior.

11.1.8 Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições deste instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º, do art. 9º, da Lei nº 12.232/10.

11.1.9 À exceção do julgamento das Propostas Técnicas (envelopes n.ºs 01 e 03) que será realizado pela Subcomissão Técnica, todos os demais procedimentos e julgamentos serão efetuados e correrão sob a responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação.

11.2 Julgamento Final: O julgamento final das propostas técnicas e de preços desta concorrência será feito considerando o peso 6 (seis) para as propostas técnicas e peso 4 (quatro) para as propostas de preços.

11.2.1 **Motivação:** A escolha por atribuir peso maior à proposta técnica se deve à natureza intelectual e criativa do objeto do certame. Ademais, para os serviços pretendidos há tabela referencial de preços praticados no mercado, bem como regras de descontos mínimos e

honorários máximos aceitáveis sobre a tabela referencial adotada, de modo que não há risco de ocorrência de preços superiores à realidade de mercado.

11.2.2 A apuração da Nota Final será realizada da seguinte forma:

- a) NFPP – Nota Final da Proposta de Preços x 4
- b) NFPT – Nota Final da Proposta Técnica x 6
- c) NF – Nota final = Somatório de NFPP x 4 + NFPT x 6

11.2.3 A proponente que obtiver a maior nota final será considerada vencedora do certame.

11.2.4 Havendo empate na Nota Final entre os proponentes será considerado vencedor aquele que obtiver a maior NFPT – Nota Final da Proposta Técnica.

12 DAS OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADES DA CONTRATADA:

- a) Prestar os serviços de acordo com as especificações contidas neste Projeto Básico e no Edital de Licitação;
- b) Atender as disposições legais e regulamentares, inclusive as orientações determinadas pela CONTRATANTE, pertinentes ao objeto a ser executado, objetivando o fiel cumprimento do contrato, responsabilizando-se pelos serviços contratados, nos termos da legislação vigente;
- c) Responsabilizar-se por prejuízo causado diretamente ao patrimônio do CREA/AL ou a terceiros por qualquer de seus empregados, representante ou preposto, decorrente de sua culpa ou dolo, apurados após regular processo administrativo;
- d) Responsabilizar-se por todas as obrigações sociais, trabalhistas, encargos previdenciários, inclusive seguro de acidentes de trabalho ou outro necessário, como também o ônus de indenizar todo e qualquer prejuízo pessoal ou material que possa advir direta ou indiretamente ao CREA/AL ou a terceiros, no exercício de sua atividade;
- e) Responsabilizar-se por todos os impostos, taxas, licenças e registros nos órgãos públicos Municipais, Estaduais ou Federais que se fizerem necessários, devendo apresentar ao CREA/AL as certidões solicitadas;

13 DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE:

- a) Emitir o empenho na dotação específica;
- b) Atestar as notas emitidas, quando estas refletirem fielmente os serviços prestados;
- c) Efetuar o pagamento do objeto deste Projeto Básico, nas condições e prazos definidos neste Projeto Básico, na medida em que o serviço for executado.
- d) Indicar o fiscal do contrato que será encarregado pelo acompanhamento e fiscalização da execução dos serviços;
- e) Disponibilizar toda documentação para a execução dos serviços;

14 DA FISCALIZAÇÃO

14.1 A execução das obrigações contratuais integrantes desta licitação será fiscalizada pelo FISCAL DO CONTRATO, com autoridade para exercer, como representante da Administração do CREA/AL, toda e qualquer ação de orientação geral, acompanhamento e fiscalização da execução contratual.

14.2 O Fiscal do Contrato será designado pela Administração do CREA/AL, bem como seu substituto legal, os quais terão as seguintes atribuições:

- a) Solicitar à Administração, a emissão de nota de empenho para efetivar a contratação;
- b) Fiscalizar a execução do contrato, objetivando garantir a qualidade desejada;
- c) Solicitar à autoridade competente a aplicação de penalidades, por descumprimento de cláusula contratual;
- d) Solicitar à contratada e seus prepostos, ou obter da Administração, tempestivamente, todas as providências necessárias ao bom andamento dos serviços;
- e) Atestar e encaminhar notas fiscais ao setor competente para autorizar pagamentos.
- f) A ação da fiscalização não exonera a contratada de suas responsabilidades contratuais.

15 DO PAGAMENTO E DA COMPENSAÇÃO FINANCEIRA

15.1 Os pagamentos incidirão sobre os serviços efetivamente executados devendo para tanto, a contratada encaminhar ao gestor da contratante, até 05 (cinco) dias úteis do mês subsequente a respectiva nota fiscal/fatura, referente aos serviços executados, acompanhada do relatório dos serviços prestados no período a que o pagamento se referir.

15.2. Os pagamentos serão efetuados no prazo máximo de 30 (trinta) dias, em conformidade com as medições por itens dos serviços unitários prestados, mediante a apresentação das faturas, acompanhadas da:

- I. Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais, Contribuições Relativas à Seguridade Social e à Dívida Ativa da União emitida pela Receita Federal;
- II. Prova de regularidade relativa ao Fundo de garantia do Tempo de serviço – FGTS: Certidão de Regularidade de Situação – CRS, emitida pela Caixa Econômica Federal; e
- III. Certidão negativa de débitos trabalhistas – CNDT.

15.3 A não apresentação dos documentos de regularidade fiscal e trabalhista não representam óbice para o pagamento das parcelas efetivamente executadas, contudo, em decorrência da não manutenção das condições de habilitação caracterizar-se-á o inadimplemento do contrato conforme estatuído no art. 55, inciso XIII da Lei Federal nº 8.666/93.

- a. A apresentação de nota fiscal com incorreções ou desacompanhada da documentação requerida no parágrafo anterior, implicará na sua devolução à Empresa Contratada para regularização, devendo o prazo de pagamento ser contado a partir da data de sua reapresentação.
- b. Se a empresa for optante pelo Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Simples Nacional), de que trata o art. 12 da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, deve anexar à fatura documento que comprove esta opção, situação em que não incidirá a retenção disposta no item acima.
- c. Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a Licitante Vencedora não tenha concorrido de alguma forma para tanto, o valor devido deverá ser acrescido de encargos moratórios, apurados desde a data acima referida até a data do efetivo pagamento, tendo como base a Taxa Referencial - TR, ou outro índice que venha a substituí-la, calculados pró rata tempore, mediante a aplicação da seguinte fórmula:

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

Onde:

EM = Encargos moratórios;

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

VP = Valor da parcela a ser paga.

I = Índice de atualização financeira = 0,000164384, assim apurado:

$$I = \frac{(TX/100)}{365}$$

$$I = \frac{(6/100)}{365}$$

$$I = 0,000164384$$

TX = Percentual da taxa anual = 6%.

- d. A atualização financeira prevista nesta condição será incluída na fatura do mês seguinte ao da ocorrência.

16 DOS DIREITOS AUTORAIS

16.1 Fica estabelecida a cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso das ideias (inclusos os estudos, planos, etc.), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, concebidas, criadas e produzidas em virtude do contrato firmado decorrente desta licitação – para a propriedade do CREA/AL, sendo inexigível remuneração adicional a qualquer tempo e título.

16.2 Deverão ser previamente negociados com o CREA/AL quaisquer serviços que importem em cessão de direitos autorais de fornecedores da contratada, ou uso de imagem de artistas e modelos, para determinar eventual limitação no seu uso, preço original e de reutilização, e outras condicionantes, através de termo de compromisso formal.

16.3 – O CREA/AL considerará já incluído no custo de produção toda e qualquer remuneração exigida por terceiros, derivada da cessão de direitos autorais, seja por tempo limitado ou definitivo.

17 DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

17.1 A Subcomissão Técnica, responsável pela análise e julgamento das Propostas Técnicas, será constituída por 03 (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 o CREA/AL.

17.2 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica se dará por sorteio, realizado em sessão pública, cuja data, local e hora serão divulgados com antecedência mínima de 05 (cinco) dias pela Comissão Permanente de Licitação do CREA/AL.

17.3 - O sorteio será realizado entre os nomes de profissionais previamente cadastrados, 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.

17.4 - A lista a que se refere o subitem anterior deverá ter, no mínimo, 06 (seis) nomes, dos quais, 02 (dois) não podem manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o CREA/AL.

17.5 - Até 48 (quarenta e oito) horas antes do sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa constante da relação publicada, desde que tenha fundamentação jurídica plausível para tanto.

17.5.1 - Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

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

17.5.3 - A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantido o cumprimento dos prazos mínimos acima estabelecidos e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

17.6 - O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o CREA/AL.

18 DA VIGÊNCIA DO CONTRATO

18.1 O contrato resultante do processo licitatório terá vigência inicial de 12 meses, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos nos termos do inciso II, do art. 57, da Lei Federal nº 8.666/93, desde que demonstrado interesse da CONTRATADA e posterior aceitação pela CONTRATANTE. Devendo ser verificado o princípio da Economicidade e Interesse Público na manutenção do Contrato.

19 DO REAJUSTE

19.1 O valor estimativo de verba publicitária contratados poderão ser reajustados após o interstício mínimo de 12 (doze) meses, contados da assinatura do contrato, com base no índice IPCA.

19.2 Os percentuais de honorários estabelecidos na proposta da CONTRATADA e, posteriormente, no contrato resultante desta licitação, serão fixos e irrevogáveis.

19.3 Os percentuais de desconto estabelecidos no Contrato resultante da presente licitação, serão fixos e irrevogáveis;

19.4 A Tabela referencial ABAP utilizada como parâmetro da presente contratação poderá ser atualizada sempre que ela for modificada e disponibilizada, desde que respeitados os 12 meses de interstício, da sua última atualização e que haja requerimento formal da CONTRATADA solicitando a respectiva atualização.

20 DAS PENALIDADES

20.1 A licitante que, convocada dentro do prazo de validade da sua proposta, não assinar o contrato, deixar de entregar documentação exigida no Edital, apresentar documentação falsa, ensejar o retardamento da execução de seu objeto, não mantiver a proposta, falhar ou fraudar na execução dos serviços, comportar-se de modo inidôneo, fizer declaração falsa ou cometer fraude fiscal, ficará impedida de licitar e de contratar com a União, Estados, Distrito Federal ou Municípios e será descredenciada no SICAF, ou nos sistemas de cadastramento de fornecedores a que se refere o inciso XIV do art. 4º da Lei nº. 10.520, de 17 de julho de 2002, pelo prazo de até 5 (cinco) anos, sem prejuízo das multas previstas neste Projeto Básico e das demais cominações legais.

20.2 Pela inexecução total ou parcial do contrato o CREA/AL deverá, garantida a prévia defesa, aplicar à Contratada as seguintes sanções:

a) advertência;

b) multa:

b.1) compensatória no percentual de 5% (cinco por cento), calculada sobre o valor total da nota fiscal, pela recusa em assinar o contrato, no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, após regularmente convocada, sem prejuízo da aplicação de outras sanções previstas;

- b.2) moratória no percentual correspondente a 0,5% (cinco décimos por cento), calculada sobre o valor total da nota fiscal, por dia de inadimplência, até o limite máximo de 10% (dez por cento), ou seja, por 20 (vinte) dias, o que poderá ensejar a rescisão do contrato.
- c) suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração, por prazo não superior a 2 (dois) anos;
- d) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base na alínea anterior.
- e) As sanções previstas nas alíneas “a”, “c” e “d” do subitem 20 poderão ser aplicadas juntamente com a da alínea “b”, facultada a defesa prévia do interessado, no respectivo processo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis.
- f) A sanção estabelecida na alínea “d” do subitem 20 é de competência exclusiva do Presidente do CREA/AL, facultada a defesa do interessado no respectivo processo, no prazo de 10 (dez) dias da abertura de vista, podendo a reabilitação ser requerida após 2 (dois) anos de sua aplicação.
- g) O valor das multas poderá ser descontado da nota fiscal, da garantia ou do crédito existente em favor do contratado. Caso o valor da multa seja superior ao crédito existente, a diferença será cobrada na forma da lei. As multas e outras sanções aplicadas só poderão ser relevadas, motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato da Administração, devidamente justificado.
- h) Em qualquer hipótese de aplicação de sanções será assegurado o contraditório e a ampla defesa.

Carlos Vinícius Firmino Ferro

Assessor de Comunicação do CREA-AL

Maceió, setembro de 2022

ANEXO II - "BRIEFING"

CLIENTE:

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DE ALAGOAS – Crea-AL

ENDEREÇO:

Rua: Dr. Osvaldo Sarmiento, 22 Farol, Maceió-AL

CEP 57051-510

Telefone: 82 2123-0866

SITE: <https://www.creal-al.org.br/>

ATRIBUIÇÕES:

O Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de Alagoas (Crea-AL) é uma entidade autárquica de fiscalização do exercício e das atividades profissionais, dotada de personalidade jurídica de direito público, constituindo serviço público federal, vinculada ao Conselho Federal de Engenharia e Agronomia, o Confea.

O Crea-AL tem sede e foro na cidade de Maceió e jurisdição no estado de Alagoas, instituído pela Resolução nº 174/68, na forma estabelecida pelo Decreto Federal nº 23.569 de 11 de dezembro de 1933, e mantida pela Lei nº 5.194 de 24 de dezembro de 1966, para exercer papel institucional de primeira e segunda instâncias no âmbito de sua jurisdição.

Os Conselhos Profissionais não recebem nenhum tipo de subsídio do governo, e assim como todos os outros Creas, distribuídos pelo Brasil, é vinculado ao Conselho Federal de Engenharia e Agronomia (Confea), que é a instância superior de regulamentação das profissões abrangidas.

Cabe ao Confea garantir a unidade de ação e a normatização de todos os Creas, exercendo funções de supervisão financeira e administrativa sobre eles, formando assim o Sistema Confea/Crea.

PÚBLICO ALVO:

Ciente da importância do papel que desempenha na sociedade alagoana, o Conselho tem como maior cliente/público os seus profissionais da Engenharia Civil; Engenharia Agrônômica; Geografia; Agrimensura; Engenharia Elétrica e Eletrônica, Eletrotécnica; Engenharia Industrial, Mecânica, Têxtil,

Naval, Aeronáutica e Metalúrgica; Meteorologia; Geologia; Engenharia de Minas; Engenharia Florestal; Engenharia Química; e Engenharia de Segurança do Trabalho.

Agradar esse público/cliente é importante para o Conselho, cujo objetivo é trabalhar em fiscalizações e conscientizar a sociedade da importância de contratar profissionais habilitados para o serviço. Assim, a entidade garante o mercado de trabalho para sua categoria - legalmente habilitada - e garante, ainda, a segurança das pessoas que estão contratando um serviço especializado, evitando desastres.

Para isso, a entidade de fiscalização exige dos profissionais, por lei federal, a apresentação da Anotação de Responsabilidade Técnica (ART), documento que forma o acervo de cada profissional/empresa e garante à sociedade a certeza de que aquele quem executa o serviço está devidamente legalizado.

CONSTITUIÇÃO:

O Crea-AL é administrado por um(a) presidente eleito(a) diretamente pelos profissionais e uma diretoria eleita em plenário pelos conselheiros. O plenário do Crea-AL é constituído por profissionais das mais diversas áreas tecnológicas, oriundos das associações de classes e instituições de ensino que somam 30 conselheiros divididos em 5 Câmaras Especializadas: Civil; Agronomia; Elétrica; Mecânica; Metalúrgica; Geologia e Minas; e de Segurança do Trabalho.

MISSÃO

Fiscalizar e valorizar o exercício profissional, garantindo a defesa da sociedade.

NEGÓCIO

Habilitação, fiscalização e proteção do exercício profissional, em defesa da sociedade.

VISÃO

Realizar a prestação de serviços atuando com excelência, comprometido com a ética e a fiscalização do exercício profissional, em prol da sociedade.

VALORES

- **Busca da excelência** – trabalhar, melhorando continuamente nossos serviços e tendo como foco a eficiência, a eficácia, a inovação e a sustentabilidade socioambiental.
- **Valorização das pessoas** – respeitar e tratar as pessoas com ética e honestidade, valorizando suas competências.
- **Comprometimento** - atuar de maneira proativa, com foco e determinação, em busca das metas e resultados organizacionais.
- **Transparência** - agir com ética e legalidade, dando visibilidade e credibilidade aos atos administrativos.

SOBRE A CAMPANHA:

Sugerimos às licitantes a promoção de uma campanha criativa que aborde e conscientize a população sobre a importância da engenharia para a segurança de quem vai usufruir de uma construção, pois sabemos que uma obra mal calculada pode trazer grandes riscos de desastres; da agronomia e do agronegócio, já que a má aplicação de defensivos agrícolas (antigos agrotóxicos) pode infectar o alimento, levando veneno, ao invés de saúde, para as residências; e as geociências, campo tão importante para o entendimento do planeta e de suas práticas de sustentabilidade.

Eis que aí entra a importância de construir uma campanha de fácil comunicação, onde nosso público principal será a sociedade civil. Sensibilizá-los para valorizar essas profissões contratando profissionais adequados e evitando a negligência financeira, vai garantir mais profissionais no mercado e uma população mais consciente.

Precisamos mostrar o valor embutido em quando se contrata: o risco de ignorar o que é o certo e mostrar o quanto o profissional habilitado pelo Crea-AL é importante no cotidiano, seja na alimentação diária, no transporte ao trabalho, na roupa que vestimos, na TV que assistimos, na caneta que escrevemos, entre outros. Tudo tem engenharia.

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 2231744/2021

CONCORRÊNCIA Nº 01/2023

ANEXO III

TABELA REFERENCIAL ABAP 2022

JORNAL		ALAGOAS 2022
1.	Menor ou igual a 1/4 de página	R\$ 2.155,54
2.	Até 1/3 de página	R\$ 2.500,22
3.	Até 1/2 de página	R\$ 3.550,09
4.	Até 2/3 de página	R\$ 3.960,01
5.	Até 1 página	R\$ 5.375,49
6.	Até Página Dupla	R\$ 8.796,93

REVISTA		
7.	Até ½ página	R\$ 2.635,60
8.	Até 1 página	R\$ 4.123,53
9.	Página Dupla	R\$ 6.390,37

ANUNCIO LEGAL		
10.	Até 1/4 página	R\$ 1.364,13
11.	Até ½ página	R\$ 2.556,11
12.	Até 1 página	R\$ 4.767,92
13.	Página Dupla	R\$ 8.516,04

IMPRESSOS / FOLDERS*		
14.	Capa de Agenda	R\$ 2.849,24
15.	Capa de CD/ DVD	R\$ 4.079,21
16.	Capa de Relatório / Caderno / Revista	R\$ 5.125,52
17.	Catálogo (qualquer tamanho)/ Encarte Varejo*	R\$ 1.086,01
18.	Cinta para Jornal	R\$ 2.635,60
19.	Encarte Jornal / Revista*	R\$ 3.509,71
20.	Folder com página igual ou maior que A4, até 8 páginas*	R\$ 1.536,31
21.	Folder com página igual ou maior que A4, acima de 8 páginas*	R\$ 1.350,90
22.	Folder com página menor que A4, até 8 páginas*	R\$ 1.350,90
23.	Folder com página menor que A4, acima 8 páginas*	R\$ 1.082,85
24.	Envelope / Caixa especial para Folder	R\$ 3.509,71
25.	Folheto / Panfleto / Volante (com página até tamanho A5)	R\$ 1.534,25
26.	Folheto Técnico / Manual Técnico*	R\$ 1.536,31
27.	House Organ (Jornal de empresas)-Diagramação*	R\$ 662,20
28.	House Organ (Jornal de empresas)-Projeto Gráfico	R\$ 3.509,71
29.	Mala -direta (padrão A4 + 2 dobras, frente e verso)	R\$ 4.057,89
30.	Relatório - Diagramação*	R\$ 1.536,31

*PREÇO POR PAGINA. Dobras especiais devem ser negociadas a parte.

PAPELARIA		
31	Bloco de Anotações (capa, uma folha de miolo e capa do verso)	R\$ 1.019,80
32	Cartão de Visita	R\$ 1.999,86
33	Variação de nomes e endereços (20% do valor unitário)	R\$ 410,55
34	Envelope Pequeno	R\$ 1.019,80
35	Envelope Saco/Ofício	R\$ 1.019,80
36	Papel Carta	R\$ 1.019,80
37	Papel Embrulho / Presente / Sacolas	R\$ 1.999,86
38	Papel de Parede	R\$ 1.999,86
39	Pasta	R\$ 1.999,86

IDENTIDADE CORPORATIVA		
40	Marca de Empresa	R\$ 13.642,58
41	Marca + Papelaria básica	R\$ 15.264,13
42	Marca de Produto	R\$ 10.837,80
43	Imobiliário ou Eventos	R\$ 4.960,51
44	Reformulação de Marca	R\$ 7.088,08
45	Selo Comemorativo	R\$ 4.665,14
46	Manual de Identidade Visual (por página)	R\$ 781,41
47	Slogan	R\$ 6.471,40
48	Uniforme	R\$ 2.016,32
49	Placas de sinalização para portas, estacionamento, etc.(unidade)	R\$ 185,41

EMBALAGENS		
50	Embalagem de produto (caixa, saco, lata, etc.)	R\$ 11.226,12
51	Adaptação / reformulação de embalagem (para linha de produtos)	R\$ 5.597,65
52	Rótulo	R\$ 10.045,20
53	Reformulação / adaptação de Rótulo	R\$ 4.704,88

54 .	Display para folder e produtos	R\$ 5.231,46
---------	--------------------------------	--------------

SPOT DE RADIO		
55 .	SPOT 30"	R\$ 1.665,75
56 .	SPOT 45"	R\$ 1.708,49
57 .	SPOT 60"	R\$ 2.382,48

Obs.: Custos de criação e acompanhamento de produção. Não estão incluídos produtora, edição, áudio, trilhas, cachês locutores.

FONOGRAMA (jingle/trilha)		
58 .	Jingle institucional 30"	R\$ 3.546,80
59 .	Jingle institucional 45"	R\$ 4.224,91
60 .	Jingle institucional 60"	R\$ 5.019,54

Obs.: 1) Jingle promocional = 60% do valor correspondente ao institucional;
2) Este custo inclui criação simples, com cópia em CD. Não estão incluídos os cachês de intérprete, arranjo, músico e nem produtora.

VT		
61 .	30"	R\$ 5.398,24
62 .	60"	R\$ 6.973,99
63 .	Cartelas eletrônicas para varejo (unidade)	R\$ 935,51
64 .	Varejo: Troca de ofertas	R\$ 847,61

Obs.: 1) Custos de criação e acompanhamento de produção. Não estão incluídos produtora, edição, áudio, trilhas, direção, artes, efeitos especiais, cópias, cachês e despesas.
2) No caso da criação de cartelas desenvolvidas com uso de ilustrações criadas especificamente para o filme, o valor será por ilustração.

ASSINATURA		
65 .	Vinheta Eletrônica (storyboard e roteiro)	R\$ 1.264,38

Obs.: Custo de criação e acompanhamento de produção. Não estão incluídos os custos de produtora, edição, áudio, trilha, direção e todos os custos que envolvem fornecedores.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

AUDIO VISUAL / DOCUMENTARIO

66 .	Qualquer segmento	R\$ 4.138,02
Obs.: 1) Custos de criação e de acompanhamento de produção. Não estão incluídos os custos de produtora, edição fotografia, ilustração especial, logotipia, áudio, trilha, direção, iluminação, efeitos especiais, cópias e despesas operacionais. 2) Esse valor se refere a trabalhos com até 3 minutos. Para trabalho de audiovisual / documentário com mais de 3 minutos, será cobrado R\$ 1.100,00 por minuto.		

OUTDOOR / MÍDIA EXTERIOR

67 .	Outdoor	R\$ 4.207,15
68 .	Backbus	R\$ 3.625,45
69 .	Lateral de ônibus	R\$ 2.397,21
70 .	Busdoor	R\$ 2.530,62
71 .	Envelopamento de automóvel (preço mínimo)	R\$ 3.377,28
72 .	Painel frontal -Ponto de ônibus	R\$ 3.377,27
73 .	Painel lateral -Ponto de ônibus	R\$ 2.291,23
74 .	Lightdoor / Backlight/ Frontlight	R\$ 5.168,82
75 .	Muro / Tapume	R\$ 4.781,16
76 .	Postdoor / placa de esquina	R\$ 1.090,32
77 .	Balão Promocional	R\$ 852,99
78 .	Relógio Digital	R\$ 2.397,21
79 .	Placa/Painel sinalização	R\$ 875,40
80 .	Placa/ Painel - empreendimento/rodovia	R\$ 3.377,28
81 .	Estandarte / Galhardete / Faixa Avião / Faxe Rua	R\$ 1.009,23
82 .	Empena de Prédio (avaliar caso a caso) - Preço mínimo	R\$ 6.330,01

MATERIAL PROMOCIONAL

83 .	Adesivo	R\$ 1.221,99
84 .	Adesivo de chão	R\$ 2.952,74



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

85	Camisa	R\$ 1.596,10
86	Bandeira	R\$ 1.334,62
87	Bandeirola (frente e verso)/ Móbile Simples	R\$ 1.876,99
88	Móbile com facas especiais	R\$ 2.291,23
89	Banner recorte	R\$ 1.146,19
90	Banner Policromia	R\$ 2.295,39
91	Boné/ Chaveiro / Crachá / Caneta / Imã de geladeira / Brindes simples	R\$ 1.210,47
92	Broadside (por página)	R\$ 2.657,66
93	Capa Carnê	R\$ 1.043,34
94	Cartão de Natal Padrão	R\$ 2.763,16
95	Cartaz A3 ou maior	R\$ 2.397,21
96	Cartaz p/ Varejo	R\$ 1.787,97

MÍDIA ELETRÔNICA E INTERNET		
107.	Banner -Formatos:Gif animado e Animado	R\$ 1.755,93
108.	Banner Formato Especial - Formatos: Interativo	R\$ 3.226,17
109.	WEB SITE CORPORATIVO - Criação das interfaces, arquitetura de informação, conteúdo e finalização html, csse javascript. Até 20 Páginas, cobrar a cada página extramais 5% do valor total.	R\$ 19.906,06
110.	WEBSITE CORPORATIVO COM SISTEMAS DE GESTÃO DE CONTEÚDO. No caso de interfaces, arquitetura de informação e conteúdo criados pela agência, mas finalizado por terceiros com sistema de gestão de conteúdo (Site Dinâmico). Até 20 Páginas, cobrar a cada página extra mais 5% do valor total.	R\$ 11.946,30
111.	HOTSITE de evento e promocional – Até 5 Páginas, cobrar de cada página extra mais 5% do valor total.	R\$ 5.973,14
112.	Newsletter (mala direta via e-mail)	R\$ 2.397,21
113.	Apresentação em Power point- Até 30 Páginas, cobrar a cada página extra mais 5% do valor total. Formato: Executável para PC e MAC. Não estão inclusas as cópias da mídia, nem produções externas.	R\$ 7.263,96

MÍDIA ELETRÔNICA E INTERNET		
11 4.	Apresentação digital com estrutura de navegação - Até 20 páginas, cobrar a cada página extra mais 5% do valor total. Formato: Executável para PC e MAC. Não estão incluídas as cópias da mídia, nem produções externas.	R\$ 11.946,30
11 5.	Apresentação digital com estrutura de navegação com locução e Produção de conteúdo, montagem de fotos e dados informativos com locução. Até 30 Páginas, cobrar a cada página extra mais 5% do valor total. Formato: Arquivo executável para PC e MAC, com locução. Não estão incluídas as cópias da mídia, nem produções externas.	R\$ 19.906,06

PROJETOS ESPECIAIS		
11 8.	Acompanhamento e apoio de atividades promocionais	15% da verba aplicada na ação
11 9.	Assessoramento no desenvolvimento de projetos programas, produtos ou serviços	
12 0.	Desenvolvimento de calendário promocional	
12 1.	Planejamento para lançamento ou relançamento de produtos	
12 2.	Planejamento anual para produto ou marca	

1. A tabela de produção acima não inclui custos extras tais como fotografias, manipulação digital de imagens, ilustrações, fotolitos, cromos, impressões em gráficas, produtoras, trilhas, efeitos especiais, fretes, postagens, transmissões via satélite, etc. Outros serviços não contemplados na tabela serão cobrados de acordo com orçamentos específicos, acrescidos dos 15% de taxa de serviço da agência

2. Pelos direitos de exibição do material e intermediação na compra e venda do espaço destinado à veiculação, a agência de propaganda fará jus ao desconto, EXCLUSIVO que lhe será pago pelo veículo, fixado em 20% (vinte por cento) do valor bruto da operação.

3. Fornecimento de arquivos digitais para reimpressão ou qualquer outra utilização implica num custo de 30% (trinta por cento) do valor correspondente na tabela.

4. Uma vez aprovados o orçamento e o layout e não executado o trabalho, fica o cliente ciente do custo de 50% sobre os serviços internos.

5. Para adaptação de peça para outros formatos de um mesmo tipo de mídia, cobrar 50% do valor. Para mídias diferentes, cobrar como criação.

6. No caso de adaptação de peças de menor formato para maior, acrescer o valor em 50% sobre o custo de adaptação. Ex.: Adaptação (50% do valor de criação) + 50%.

7. Relação de trabalho: 30% sobre o valor do custo interno, para cada relação.

SERVIÇOS DIGITAIS

ANÚNCIOS DISPLAY	
PEÇA/TIPO	PREÇO REFERENCIAL
Master (quaisquer dimensões)	R\$ 3.439,67
	ESTÁTICO
Adaptação (quaisquer dimensões)	R\$ 1.371,25
Reaplicação (ajustes de especificações para outros veículos)	R\$ 402,16
	ANIMADO
Adaptação (quaisquer dimensões)	R\$ 1.509,45
Reaplicação (ajustes de especificações para outros veículos)	R\$ 1.800,88
*Considerando horas de motion e reaplicação completa de uma campanha de display para a Rede Display Google (GDN), 18 formatos.	

FORMATOS PUBLICITARIOS MAIS UTILIZADOS	
PEÇA	DIMENSÕES-PIXEL
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
Meia página (half page)	300 x 600
Outdoor (billboard)	970 x 250
Dhtml / Folder	Variável, até 72.200 px de área
MOBILE	
Feature Phones	
Small banner	120 x 20
Medium banner	168 x 28
Large banner	216 x 36
Feature Phones	
Banner e banner expansível	300x 50
Wide banner e wide banner expansível	320 x 50
Interstitial ADS	300 x 250

Observação: Formatos padrão IB e Rede Display Google (GDN). Sujeito a alteração.

OUTRAS PEÇAS	
PEÇA	CRIAÇÃO/FINALIZAÇÃO
Post simples/Anúncio redes sociais (jpg/gifs + texto)	R\$ 3.090,07
Post Carrossel (jpg/gifs + texto)	R\$ 6.180,13
Cover para redes sociais	R\$ 3.090,07
	CRIAÇÃO/ANIMAÇÃO/PROGRAMAÇÃO
Anúncios para tablet horizontal ou vertical	R\$ 6.880,90
Anúncios para tablet horizontal e vertical	R\$ 10.320,92
Observações: 1) Adaptações de materiais já criados: 40% do valor original. 2) Os preços de anúncio para tablet incluem animação e programação. Para anúncio estático cobrar 60%.	

BUSINESS INTELLIGENCE	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
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. disponíveis no mercado que coletam dados nos canais utilizados nas ações.	R\$ 6.191,68
Observação: Análise estimada para campanhas de porte médio, com até 5 canais digitais diferentes.	

CAMPANHAS DIGITAIS	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
PLANEJAMENTO DE CAMPANHA	
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\$ 32.523,74

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\$ 22.204,61
Observação: Planejamento estimado para campanhas de porte médio com volume de autorização de mídia com até 5 canais digitais.		
GESTÃO DE CAMPANHA DE PERFORMANCE		
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\$ 5.400/mês.		

REDES SOCIAIS	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
PLANEJAMENTO DE REDES SOCIAIS	
• 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 serem utilizados, persona da marca, tom de voz, editorial e volumetria • Definição de métricas para acompanhamento • Definição de ferramentas para análise de desempenho	R\$ 25.060,81
GESTÃO DE REDES SOCIAIS	
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\$ 11.483,89 000

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\$ 7.186,54
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\$ 10.134,89
Observação: Os preços não incluem contratação de ferramenta de gestão e monitoramento em redes sociais.	

SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION)	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
PLANEJAMENTO	
- 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\$ 21.651,80
GESTÃO	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

Diagnóstico e Setup Inicial do Canal • 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\$ 11.435,54
Preço para 20 sessões/templates	

Gestão de SEO • 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\$ 8.752,85
Escopos e investimentos estimados para um canal de pequeno e médio porte com especificação funcional semelhante aos citados nesta tabela.	

WEBSITE	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Responsivo com 10 seções: Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias, 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 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\$ 34.182,19

HOTSITE	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

Hotsite de evento com 8 seções: Home, Sobre o Evento, Como Chegar, Agenda, Palestrantes, Patrocinadores, Formulário de Contato, Formulário de Inscrição simples, sem meio de pagamento ou controles integrados. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Paine 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. 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 para um novo website. Paine 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\$ 19.678,78
---	---------------

MOBILE SITE	
SERVIÇO/ESCORPO	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. Paine 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\$ 20.454,03

E-COMMERCE	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
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,	R\$ 44.409,21



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	
--	--

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.

E-MAIL MARKETING	
PREÇO/REFERENCIA	
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\$ 3.090,07
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.	Sob consulta

NEWSLETTER	
PREÇO/REFERENCIA	
Criação e produção do HTML Criação de layout mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração. *Conteúdo especializado produzido pelo cliente.	R\$ 3.090,07
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.	Sob consulta

MODELO DE PRECIFICAÇÃO OPCIONAL

PROJETOS - CUSTOS VARIÁVEIS
Custos referenciais hora-homem para planejamento, criação, execução e gestão de projetos digitais, com natureza e grau de complexidade diferentes e custos variáveis.
EXEMPLOS:
1) Site, mobile site, hot site, e-commerce, landing page, blog e mobile app.
2) Análise de presença, Planejamento e Gestão de marcas em redes sociais.
3) Planejamento e Gestão de campanhas digitais.
4) Planejamento, setup e gestão de SEO.
5) Produção de conteúdo especializado e multimídia para sites, redes sociais, etc.
6) 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

MODELO DE PRECIFICAÇÃO OPCIONAL

ÁREAS	VALORES REFERENCIAIS DE HORA-HOMEM
1) Planejamento	R\$ 349,93 a R\$ 420,80
2) Atendimento e Gestão	R\$ 280,82 a 350,80
3) Design/Criação	R\$ 280,82 a 350,80
4) Produção de Conteúdo (web ou redes sociais)	R\$ 243,62 a 297,65
5) Programação	R\$ 209,75 a 280,82

1. *A tabela de produção acima não inclui custos extras tais como fotografias, manipulação digital de imagens, ilustrações, fotolitos, cromos, impressões em gráficas, produtoras, trilhas, efeitos especiais, fretes, postagens, transmissões via satélite, etc. Outros serviços não contemplados na tabela serão cobrados de acordo com orçamentos específicos, acrescidos dos 15% de taxa de serviço da agência.*
2. *Pelos direitos de exibição do material e intermediação na compra e venda do espaço destinado à veiculação, a agência de propaganda fará jus ao desconto, EXCLUSIVO que lhe será pago pelo veículo, fixado em 20% (vinte por cento) do valor bruto total da operação.*

ANEXO IV
MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À

Comissão Permanente de Licitação

Referente Concorrência nº 001 /2023

1. Preços sujeitos a valoração

1.1 Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

a) desconto, a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços ABAP – ALAGOAS, referentes a peça e/ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento;

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

c) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes aos serviços descritos nas alíneas abaixo:% (.....por cento)

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 nos 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, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta 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, cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento)

1.2 Os descontos e honorários 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.

1.3 O prazo de validade desta Proposta de Preços é de 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no Projeto Básico.

2. Outras declarações

2.1 Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos, estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato (Anexo VI).

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

2.3 Comprometemo-nos 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 n.º 12.232/2010.

2.4 Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do ANUNCIANTE, nos termos da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo VI).

2.5 A licitante deverá elaborar Declaração na qual:

a) estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pelo CREA-AL:

a.1) aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;

a.2) aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

b) comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Estado de Alagoas – CREA-AL as vantagens obtidas.

2.6 c) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na minuta de contrato.

2.5 Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da concorrência em referência.

local e data

nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais

ANEXO V

MINUTA CONTRATUAL

CONTRATO DE EMPRESA PRESTADORA DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL QUE ENTRE SI CELEBRAM O CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DE ALAGOAS E _____.

CONTRATANTE: CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO ESTADO DE ALAGOAS – CREA/AL, Autarquia Federal responsável pela fiscalização do exercício profissional, inscrito no CNPJ/MF sob o nº 12.156.592/0001-14, com sede na Rua Dr. Osvaldo Sarmiento, nº 22, Farol, Maceió/Alagoas, CEP: 57.051-510, representado pela sua Presidente, xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx,

CONTRATADA: A empresa xxxxxxxxxxxxxxxx, inscrita no CNPJ/MF n.º xxxxxxxxxxxxxxxx, situada na Rua xxxxxxxxxxxx, nº xxxxx, xxxxxx, xxxxxx, CEP: xxxxxx, Telefone (XX) xxxxxxxx, representada por xxxxxxxxxxxx, inscrito no CPF/MF sob o nº xxxxxxxx e RG nº xxxxxxx de acordo com a representação legal que lhe é outorgada.

Os **CONTRATANTES** celebram, por força do presente instrumento, a Lei nº. 8.666/1993 (Lei de Licitações e Contratos), o Processo Administrativo nº nº 2231744/2021, Concorrência nº 001/2023, e as demais normas pertinentes, mediante as seguintes cláusulas e condições:

1. CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

A presente contratação tem por finalidade contratação de empresa para prestação de serviços de publicidade, 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 e a supervisão da execução e distribuição externa materiais e peças publicitárias

conforme determina o artigo 2º da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que regulamenta as normas gerais para licitação e contratação de serviços de publicidade prestados por intermédios de agências de propaganda, e ainda na Lei 4.680/65 que fundamenta à referida contratação.

2. CLÁUSULA SEGUNDA – VIGÊNCIA

2.1 O contrato resultante do processo licitatório terá vigência inicial de 12 meses, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos nos termos do inciso II, do art. 57, da Lei Federal nº 8.666/93, desde que demonstrado interesse da CONTRATADA e posterior aceitação pela CONTRATANTE. Devendo ser verificado o princípio da Economicidade e Interesse Público na manutenção do Contrato

3 CLÁUSULA TERCEIRA – DO PREÇO

- 3.1 O valor total da contratação é de R\$ xxxxxxxxxxxxxxxx, conforme depreende-se da Ata de Sessão Pública existente no processo administrativo nº 2231744/2021 e deve total observância à Proposta e à Ata de Sessão Pública.
- 3.2 No valor contratual contido no item 3.1 estão inclusos todas as despesas ordinárias diretas e indiretas decorrentes da execução do objeto, inclusive tributos e/ou impostos, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais existentes e quaisquer outros necessários ao cumprimento integral do objeto contratado;

4 CLÁUSULA QUARTA – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

- 4.1 As despesas decorrentes desta contratação estão programadas em dotação orçamentária própria, prevista no orçamento do Crea/AL conforme abaixo:
- 4.1.1 Elemento de Despesa:
- a. 6.2.2.1.1.01.04.09.044 – Impressos Gráficos.
 - b. 6.2.2.1.1.01.04.09.019 – Serviços de Produções Jornalísticas.
 - c. 6.2.2.1.1.01.04.09.018 – Serviços de Divulgação Institucional.

5 CLÁUSULA QUINTA – DO PAGAMENTO

4.1 O pagamento será efetuado em moeda corrente nacional, no prazo de 30 (trinta) dias úteis, após o recebimento da nota fiscal atestada pelo Fiscal do Contrato, efetuando a retenção na fonte dos tributos e contribuições, determinada pelos órgãos fiscais e fazendários, em conformidade com as instruções normativas vigentes, mediante apresentação dos seguintes documentos:

- a. Nota e/ou Fatura relativa aos serviços prestados;
- b. Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais, expedida pela Receita Federal do Brasil;
- c. CND – Certidão Negativa de Débitos para com a Previdência Social emitida pela Receita Federal do Brasil;
- d. CRF – Certificado de Regularidade de FGTS, expedido pela Caixa Econômica Federal;
- e. Prova de regularidade junto a Fazenda Municipal;
- f. Certidão Negativa de Débitos Trabalhista.

4.2 O pagamento somente será efetuado após o “atesto”, pelo funcionário competente, da Nota Fiscal/Fatura apresentada pela Contratada, acompanhada dos demais documentos exigidos neste Termo.

4.3 Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal/Fatura ou dos documentos pertinentes à contratação, ou, ainda, circunstância que impeça a liquidação da despesa, o pagamento ficará pendente até que a Contratada providencie as medidas saneadoras. Nesta hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a comprovação da regularização da situação, não acarretando qualquer ônus para a Contratante.

4.4 As certidões elencadas no subitem 4.1, letras “B” a “F” podem eventualmente serem substituídas pela consulta eletrônica do cadastramento da contratada no SICAF e/ou nos sites oficiais.

4.5 A não apresentação dos documentos de regularidade fiscal e trabalhista não representam óbice para o pagamento das parcelas efetivamente executadas, contudo, em decorrência da não

manutenção das condições de habilitação caracterizar-se-á o inadimplemento do contrato conforme estatuído no art. 55, inciso XIII da Lei Federal nº 8.666/93.

- 4.6 Poderão ocorrer outras retenções ou glosas no pagamento, sem prejuízo das sanções cabíveis, nas hipóteses previstas de descumprimento da execução contratual.
- 4.7 O pagamento será efetuado mediante depósito em conta corrente, na agência e estabelecimento bancário indicado pela Contratada, boleto bancário ou por outro meio previsto na legislação vigente;
- 4.8 Será considerado como data do pagamento o dia em que a ordem bancária, efetivamente, constar como entregue à instituição bancária;
- 4.9 A Contratante não se responsabilizará por qualquer despesa que venha a ser efetuada pela Contratada, que porventura não tenha sido acordada no respectivo contrato com o Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Estado de Alagoas;
- 4.10 Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a Licitante Vencedora não tenha concorrido de alguma forma para tanto, o valor devido deverá ser acrescido de encargos moratórios, apurados desde a data acima referida até a data do efetivo pagamento, tendo como base a Taxa Referencial - TR, ou outro índice que venha a substituí-la, calculados pró rata tempore, mediante a aplicação da seguinte fórmula:

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

Onde:

EM = Encargos moratórios;

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

VP = Valor da parcela a ser paga.

I = Índice de atualização financeira = 0,000164384, assim apurado:

$$I = (TX/100)$$

365

$$I = (6/100)$$

365

$$I = 0,000164384$$

TX = Percentual da taxa anual = 6%.

4.11 A atualização financeira prevista nesta condição será incluída na fatura do mês seguinte ao da ocorrência.

5 CLÁUSULA SEXTA – REAJUSTE

5.1 Os valores contratados poderão ser reajustados após o interstício mínimo de 12 (doze) meses, contados da assinatura do contrato, com base no índice IPCA.

5.2 Os percentuais de honorários estabelecidos na proposta da CONTRATADA e no presente contrato, serão fixos e irreajustáveis.

5.3 Os percentuais de desconto estabelecidos no Contrato resultante da presente licitação, serão fixos e irreajustáveis.

5.4 A TABELA REFERENCIAL ABAP utilizada como parâmetro da presente contratação poderá ser atualizada sempre que ela for modificada e disponibilizada, desde que respeitados os 12 meses de interstício, da sua última atualização e que haja requerimento formal da CONTRATADA solicitando a respectiva atualização.

6 CLÁUSULA SÉTIMA – DO REGIME DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS E FISCALIZAÇÃO

6.1 O regime de execução dos serviços a serem executados pela CONTRATADA e a fiscalização pela CONTRATANTE são aqueles previstos no Projeto Básico, anexo do Edital.

7 CLÁUSULA OITAVA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

7.1 A Contratante obriga-se a:

- a) Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pela Contratada, de acordo com as cláusulas contratuais e os termos de sua proposta;
- b) Exercer o acompanhamento e a fiscalização dos serviços, por servidor especialmente designado, anotando em registro próprio as falhas detectadas, indicando dia, mês e ano, bem como o nome dos empregados eventualmente envolvidos, e encaminhando os apontamentos à autoridade competente para as providências cabíveis;

- c) Notificar a Contratada por escrito da ocorrência de eventuais imperfeições, falhas ou irregularidades constatadas no curso da execução dos serviços, fixando prazo de até 10 dias úteis para a sua correção, certificando-se que as soluções por ela propostas sejam as mais adequadas;
- d) Pagar à Contratada o valor resultante da aquisição do objeto, no prazo e condições estabelecidas neste Projeto Básico;
- e) Efetuar as retenções tributárias devidas sobre o valor da Nota Fiscal/Fatura da contratada, no que couber, em conformidade com o item 6 do Anexo XI da IN SEGES/MP n. 5/2017.
- f) Emitir o empenho na dotação específica;
- g) Atestar as notas emitidas, quando estas refletirem fielmente os serviços prestados
- h) Indicar o fiscal do contrato que será encarregado pelo acompanhamento e fiscalização da execução dos serviços.

8 CLÁUSULA NONA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

8.1 A contratada deve executar os serviços em conformidade com a descrição contida no item 3 do Projeto Básico, o qual faz parte do presente instrumento contratual e obriga-se ainda a:

- a. Atender as disposições legais e regulamentares, inclusive as orientações determinadas pela CONTRATANTE, pertinentes ao objeto a ser executado, objetivando o fiel cumprimento do contrato, responsabilizando-se pelos serviços contratados, nos termos da legislação vigente;
- b. Responsabilizar-se por prejuízo causado diretamente ao patrimônio do CREA/AL ou a terceiros por qualquer de seus empregados, representante ou preposto, decorrente de sua culpa ou dolo, apurados após regular processo administrativo;
- c. Responsabilizar-se por todas as obrigações sociais, trabalhistas, encargos previdenciários, inclusive seguro de acidentes de trabalho ou outro necessário, como

- também o ônus de indenizar todo e qualquer prejuízo pessoal ou material que possa advir direta ou indiretamente ao CREA/AL ou a terceiros, no exercício de sua atividade;
- d. Responsabilizar-se por todos os impostos, taxas, licenças e registros nos órgãos públicos Municipais, Estaduais ou Federais que se fizerem necessários, devendo apresentar ao CREA/AL as certidões solicitadas.

9 CLÁUSULA DÉCIMA – DA FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

9.1 Os serviços serão acompanhados e fiscalizados por funcionário especialmente designado pela autoridade competente, que terá seu substituto legal, cabendo-lhes as atribuições e responsabilidades do artigo 67 da Lei nº. 8.666/93, os quais serão auxiliados, ou não, por empresa terceirizada a ser contratada.

9.2 Caberá ao Fiscal do contrato:

- a) Verificar a execução do objeto contratual, visando garantir a qualidade desejada;
 - b) Atestar e encaminhar as notas fiscais ao setor competente para autorizar os pagamentos;
 - c) Anotar, em registro próprio, as ocorrências relativas à execução do contrato, determinando as providências necessárias à correção das falhas ou defeitos observados;
 - d) Dar imediata ciência aos seus superiores e ao órgão de controle, dos incidentes e ocorrências da execução que possam acarretar a imposição de sanções ou a rescisão contratual;
 - e) Adotar, junto a terceiros, as providências necessárias para a regularidade da execução do contrato.
 - f) Certificar que todos os insumos sejam entregues na forma, prazo, quantidade e qualidade contratados.
 - g) Auxiliar a gestão do contrato na aferição dos custos não renováveis por ocasião da renovação dos contratos, bem como nas repactuações do contrato.
- 9.3 O “atesto da Nota Fiscal” fica condicionado à verificação da conformidade da Nota Fiscal/Fatura, apresentada pela Contratada com os serviços efetivamente prestados.

9.4 As decisões e providências que ultrapassem a competência da fiscalização deverão ser solicitadas pelo fiscal à autoridade competente, para a adoção das medidas que julgar necessárias.

9.5 A fiscalização será exercida pelo Contratante e não exclui nem reduz a responsabilidade da Contratada, inclusive perante terceiros, por quaisquer irregularidades, e, na sua ocorrência, não implica corresponsabilidade do Poder Público ou de seus agentes e prepostos. Ao Contratante se reserva o direito de rejeitar a execução do objeto contratual prestado, se em desacordo com os termos do edital, o qual é parte integrante do presente instrumento contratual.

10 CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS INFRAÇÕES /SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

10.1 A licitante que, convocada dentro do prazo de validade da sua proposta, não assinar o contrato, deixar de entregar documentação exigida no Edital, apresentar documentação falsa, ensejar o retardamento da execução de seu objeto, não mantiver a proposta, falhar ou fraudar na execução dos serviços, comportar-se de modo inidôneo, fizer declaração falsa ou cometer fraude fiscal, ficará impedida de licitar e de contratar com a União, Estados, Distrito Federal ou Municípios e será descredenciada no SICAF, ou nos sistemas de cadastramento de fornecedores a que se refere o inciso XIV do art. 4º da Lei nº. 10.520, de 17 de julho de 2002, pelo prazo de até 5 (cinco) anos, sem prejuízo das multas previstas neste Projeto Básico e das demais cominações legais.

10.2 Pela inexecução total ou parcial do contrato o CREA/AL deverá, garantida a prévia defesa aplicar à Contratada as seguintes sanções:

a) advertência;

b) multa:

b.1) compensatória no percentual de 5% (cinco por cento), calculada sobre o valor total do contrato, pela recusa em assinar o contrato, no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, após regularmente convocada, sem prejuízo da aplicação de outras sanções previstas;

b.2) moratória no percentual correspondente a 0,5% (cinco décimos por cento), calculada sobre o valor total do objeto contratado, por dia de inadimplência, até o limite máximo de 10% (dez por cento), ou seja, por 20 (vinte) dias, o que poderá ensejar a rescisão do contrato.

c) suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração, por prazo não superior a 2 (dois) anos;

d) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base na alínea anterior.

10.3 As sanções previstas nas alíneas “a”, “c” e “d” do subitem 10.2 poderão ser aplicadas juntamente com a da alínea “b”, facultada a defesa prévia do interessado, no respectivo processo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

10.4 A sanção estabelecida na alínea “d” do subitem 10.2 é de competência exclusiva da Presidente do CREA/AL, facultada a defesa do interessado no respectivo processo, no prazo de 10 (dez) dias da abertura de vista, podendo a reabilitação ser requerida após 2 (dois) anos de sua aplicação.

10.5 O valor das multas poderá ser descontado da nota fiscal, da garantia ou do crédito existente em favor do contratado. Caso o valor da multa seja superior ao crédito existente, a diferença será cobrada na forma da lei.

10.6 As multas e outras sanções aplicadas só poderão ser relevadas, motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato da Administração, devidamente justificado.

10.7 Em qualquer hipótese de aplicação de sanções será assegurado o contraditório e a ampla defesa.

11 CLÁUSULA DÉCIMA – RESCISÃO

11.1 O presente Termo de Contrato poderá ser rescindido:

11.1.1 por ato unilateral e escrito da Administração, nas situações previstas nos incisos I a XII e XVII do art. 78 da Lei nº 8.666, de 1993, e com as consequências indicadas no art. 80 da mesma Lei, sem prejuízo da aplicação das sanções previstas no Projeto Básico, anexo do Edital;

11.1.2 amigavelmente, nos termos do art. 79, inciso II, da Lei nº 8.666, de 1993.

11.2 Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados, assegurando-se à CONTRATADA o direito à prévia e ampla defesa.

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

11.4 O termo de rescisão, sempre que possível, será precedido:

- a) Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;
- b) Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;
- c) Indenizações e multas.

12 CLÁUSULA DOZE – ALTERAÇÕES

12.1 Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina do art. 65 da Lei nº 8.666, de 1993.

12.2 A CONTRATADA é obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

12.3 As supressões resultantes de acordo celebrado entre as partes contratantes poderão exceder o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

13 CLÁUSULA TREZE – DOS CASOS OMISSOS

- 13.1 Os casos omissos serão decididos pela CONTRATANTE, segundo as disposições contidas na Lei nº 8.666, de 1993, na Lei nº 10.520, de 2002 e demais normas federais aplicáveis e, subsidiariamente, normas e princípios gerais dos contratos.

14 CLÁUSULA CATORZE – PUBLICAÇÃO

- 14.1 Incumbirá à CONTRATANTE providenciar a publicação deste instrumento, por extrato, no Diário Oficial da União, no prazo previsto na Lei nº 8.666, de 1993.

15 CLÁUSULA QUINZE – FORO

- 15.1 As questões decorrentes da execução deste instrumento que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Foro da Comarca de Maceió/ Alagoas, excluído qualquer outro, por mais privilegiado que seja ou se torne, para solução de qualquer pendência ou dúvida resultante do presente Contrato
- 15.2 Para firmeza e validade do pactuado, o presente Termo de Contrato foi lavrado em duas (duas) vias de igual teor, que, depois de lido e achado em ordem, vai assinado pelos contraentes.

Maceió, de..... de 2023.

PRESIDENTE DO CREA/AL

Representante legal da CONTRATADA

TESTEMUNHAS: