



CONCORRÊNCIA - PRESENCIAL

001/2024

CONTRATANTE

CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE – MS

OBJETO

CONTRATAÇÃO DE 05 (CINCO) AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA DIVULGAÇÃO DOS PROGRAMAS, AÇÕES E CAMPANHAS INSTITUCIONAIS DA CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE (MS)

VALOR TOTAL DA CONTRATAÇÃO

R\$ 6.416.192,05 (seis milhões, quatrocentos e dezesseis mil, cento e noventa e dois reais e cinco centavos)

DATA DA SESSÃO PÚBLICA PARA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇO

09/10/2024

CRITÉRIO DE JULGAMENTO

TÉCNICA E PREÇO

REGIME DE EXECUÇÃO

EMPREITADA POR PREÇO GLOBAL

EXCLUSIVIADE PARA ME/EPP/EQUIPARADAS

NÃO



**PROCESSO ADMINISTRATIVO N. 091/2024
CONCORRÊNCIA N. 001/2024**

COMPOSIÇÃO DO EDITAL

Presente edital estrutura-se da seguinte maneira:

1. DO OBJETO
2. DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES
3. DA SOLICITAÇÃO DE ESCLARECIMENTO OU IMPUGNAÇÃO
4. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO
5. DO CREDENCIAMENTO
6. DA FORMA DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS
7. DO CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA
8. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA
9. DA PROPOSTA DE PREÇOS
10. DA VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS
11. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
12. DA ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
13. DA COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA
14. DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS
15. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS
16. DO CONTRATO
17. DA GARANTIA CONTRATUA
18. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS
19. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA
20. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Constituem partes integrantes do edital os seguintes anexos:

- I. ORIENTAÇÕES ÀS LICITANTES
- II. TERMO DE REFERÊNCIA
- III. CARTA DE CREDENCIAMENTO
- IV. “BRIEFING”
- V. CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA
- VI. MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS
- VII. DECLARAÇÃO DE HABILITAÇÃO EXIGIDA
- VIII. DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA
- IX. MINUTA DE CONTRATO
- X. PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA
- XI. PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA
- XII. PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES
- XIII. PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES
- XIV. PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS
- XV. DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO COMO EMPRESA DE PEQUENO PORTE
- XVI. TABELA DE CUSTOS REFERENCIAIS PARA SERVIÇOS DE PUBLICIDADE (CUSTOS INTERNOS) VIGENTES EM 2024



PREÂMBULO

A **CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE (MS)**, através da **DIRETORIA DE LICITAÇÕES**, torna público que, a partir da publicação do aviso deste edital, estarão abertas as sessões públicas do processo licitatório na modalidade **CONCORRÊNCIA PÚBLICA**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, autorizado no Processo Administrativo n. 091/2024, nos termos da Lei Federal n. 12.232, de 29 de abril de 2010, da Lei n. 14.133, de 1º de abril de 2021, da Lei 4.680/1964 e demais legislações aplicáveis e, ainda, de acordo com as condições estabelecidas neste Edital.

A Concorrência Pública será realizada em **04 (quatro) sessões públicas**, nas quais os trabalhos serão conduzidos pela Comissão Contratação e a respectiva Subcomissão Técnica, conforme descrito neste Edital e em seus Anexos.

CRITÉRIO DE JULGAMENTO: TÉCNICA E PREÇO

DATA DA PRIMEIRA SESSÃO (ABERTURA E RECEPÇÃO DE PROPOSTAS): 09/10/2024

HORÁRIO DE INÍCIO: 08:00h (HORÁRIO LOCAL)

LOCAL: RUA RICARDO BRANDÃO, 1.600, B. JATIÚKA PARK – FONE: (67) 3316-1603 –
(67) 3316-1602

CEP: 79040-904 – CAMPO GRANDE (MS)

1. DO OBJETO

- 1.1. O presente certame tem por objeto a “**CONTRATAÇÃO DE 05 (CINCO) AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA DIVULGAÇÃO DOS PROGRAMAS, AÇÕES E CAMPANHAS INSTITUCIONAIS DA CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE (MS)**”, conforme especificações, quantidades e exigências estabelecidas no Edital, Termo de Referência (Anexo II) e demais anexos.
- 1.2. Os serviços de publicidade contratados terão por objeto somente as atividades previstas no Artigo 2º, da Lei nº 12.232/2010, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas, de patrocínio ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, bem como as de pesquisas de opinião que contém em seu bojo assuntos eleitorais e/ou políticos.
- 1.3. Compreende-se como agência de publicidade a empresa especializada na arte e na técnica publicitária, que, por meio de técnicos e especialistas, estuda, planeja, conceitua, concebe, cria, executa internamente, intermedeia e supervisiona a execução externa e distribui publicidade.
- 1.4. Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:
 - a) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do contrato;
 - b) À produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;
 - c) 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, como, por exemplo, redes sociais.



- 1.5. A contratação citada no subitem 1.1 tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam a difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas ou informar e orientar o público em geral.
- 1.6. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.4 terão a finalidade de:
 - a) Gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;
 - b) Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
 - c) Possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada à inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.
- 1.7. As agências contratadas atuarão por ordem e conta da Câmara Municipal de Campo Grande, na contratação de:
 - a) Veículos e outros meios de divulgação para compra de tempo e espaços publicitários, sem qualquer restrição de mídia;
 - b) Fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução das peças, campanhas e demais materiais conexos.
- 1.8. As despesas decorrentes desta licitação, para o período de **12 (doze) meses**, estão estimadas em **R\$ 6.416.192,05 (seis milhões, quatrocentos e dezesseis mil, cento e noventa e dois reais e cinco centavos)**.

2. DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

- 2.1. **Da obtenção do edital:** As empresas interessadas poderão obter o edital contendo as especificações da licitação na Diretoria de Licitações, no endereço supracitado ou pelo e-mail: licitacao@camara.ms.gov.br – TELEFONE: (67) 3316-1603 das 07h às 17h.
- 2.2. **Do local de realização:** As sessões públicas serão realizadas no Plenário Edroin Reverdito, situado na Rua Ricardo Brandão nº 1.600, Bairro Jatiúca Park.
- 2.3. A abertura da sessão pública será dada na data e hora designadas no preâmbulo deste edital.
- 2.4. Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário e local anteriormente estabelecido, desde que não haja comunicação da Comissão de Contratação em contrário.

3. DA SOLICITAÇÃO DE ESCLARECIMENTO OU IMPUGNAÇÃO

- 3.1. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar este Edital por irregularidade na aplicação da Lei nº 14.133, de 2021 ou para solicitar esclarecimento acerca dos seus termos, devendo protocolar o pedido até 3 (três) dias úteis antes da data da abertura do certame.
- 3.2. Os pedidos serão respondidos pela Comissão de Contratação, desde que os pedidos tenham sido recebidos até 3 (três) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preço.
- 3.3. A resposta à impugnação ou ao pedido de esclarecimento será divulgado em sítio eletrônico oficial no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.



3.3.1. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital, excluir-se-á o dia do começo e incluir-se-á o do vencimento, apenas se iniciando e/ou vencendo os prazos referidos neste Edital em dia de expediente no Órgão ou na Entidade, ou seja, serão contados somente os dias úteis consecutivos de modo contínuo.

3.3.2. Entende-se como dia do começo o primeiro dia útil seguinte ao da disponibilização da informação na internet, nos termos do §1º, I, do artigo 183, da Lei Federal nº 14.133/2021.

3.4. A impugnação e o pedido de esclarecimento poderão ser realizados por forma eletrônica, através do e-mail: licitacao@camara.ms.gov.br, podendo, também, serem protocoladas junto ao setor competente da Câmara Municipal de Campo Grande, respeitando o prazo previsto no item 3.1.

3.5. As impugnações e pedidos de esclarecimentos não suspendem os prazos previstos no certame.

3.6. A concessão de efeito suspensivo à impugnação é medida excepcional e deverá ser motivada pelo agente de contratação, nos autos do processo de licitação.

3.6.1. Acolhida a impugnação, será definida e publicada nova data para a realização do certame.

3.7. Cabe às licitantes interessadas indicar e-mail para recebimento da resposta e confirmar o recebimento da mesma.

3.8. As alterações do Edital que afetarem a formulação da proposta serão comunicadas aos interessados que o retiraram e divulgadas pela mesma forma que se deu o texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido.

3.9. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).

3.10. Se a impugnação ao edital e/ou pedido de esclarecimento for reconhecida e julgada procedente, serão corrigidos os vícios e uma nova data será designada pela Administração, para a realização do certame, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar o recebimento das Propostas Técnica e de Preço.

4. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1. Poderão participar desta concorrência empresas interessadas do ramo de atividade pertinente ao objeto desta licitação que atenderem as exigências deste Edital e seus anexos e apresentarem toda a documentação exigida no ato da licitação.

4.2. Da participação de Empresas de Pequeno Porte (EPP):

4.2.1. Será concedido tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte, nos limites previstos da Lei Complementar nº 123, de 2006.

4.2.2. As licitantes deverão comprovar o enquadramento como Empresa de Pequeno Porte (EPP) através dos seguintes documentos:

- a) Certidão Simplificada, expedida pela Junta Comercial, relativa ao domicílio ou sede da licitante; ou
- b) Declaração de Informações Socioeconômicas e Fiscais (DEFIS), relativa ao ano-calendário do exercício anterior, devidamente acompanhada do “recibo de entrega”, junto a Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB), na forma da Lei; ou



- 4.2.3.** Juntamente com a documentação expressa nas alíneas a e b do subitem 4.2.2, deve ser apresentada, ainda, a Declaração de Enquadramento de Porte Empresarial (EPP), emitida pelo Contador ou Técnico Contábil, conforme (**ANEXO XV - Declaração de Enquadramento como Empresa de Pequeno Porte**) ou equivalente, com firma reconhecida.
- 4.2.4.** A simples consulta de optante do “Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições” – SIMPLES NACIONAL não substitui, em nenhuma hipótese, as comprovações expostas no subitem 4.2.2 do Edital.
- 4.3. NÃO** poderão disputar esta licitação:
- 4.3.1.** aquele que não atenda às condições deste Edital e seu(s) anexo(s);
- 4.3.2.** pessoa física ou jurídica que se encontre, ao tempo da licitação, impossibilitada de participar da licitação em decorrência de sanção que lhe foi imposta;
- 4.3.3.** aquele que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;
- 4.3.4.** empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;
- 4.3.5.** pessoa física ou jurídica que, nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital, tenha sido condenada judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista;
- 4.3.6.** agente público do órgão ou entidade licitante;
- 4.3.7.** pessoas jurídicas reunidas em consórcio, qualquer que seja sua forma de constituição;
- 4.3.8.** Estrangeiras que não funcionem no País;
- 4.3.9.** Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público - OSCIP, atuando nessa condição;
- 4.3.10.** Não poderá participar, direta ou indiretamente, da licitação ou da execução do contrato agente público do órgão ou entidade contratante, devendo ser observadas as situações que possam configurar conflito de interesses no exercício ou após o exercício do cargo ou emprego, nos termos da legislação que disciplina a matéria, conforme § 1º do art. 9º da Lei nº 14.133, de 2021.
- 4.3.11.** agência de publicidade cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com a Câmara Municipal de Campo Grande - MS.
- 4.4.** O impedimento de que trata o item 4.3.2 será também aplicado ao licitante que atue em substituição a outra pessoa, física ou jurídica, com o intuito de burlar a efetividade da sanção a ela aplicada, inclusive a sua controladora, controlada ou coligada, desde que devidamente comprovado o ilícito ou a utilização fraudulenta da personalidade jurídica do licitante.
- 4.5.** A vedação de que trata o item 4.3.6 estende-se a terceiro que auxilie a condução da contratação na qualidade de integrante de equipe de apoio, profissional especializado ou funcionário ou representante de empresa que preste assessoria técnica.
- 4.6.** Nenhuma licitante poderá participar com mais de uma proposta.
- 4.7.** A participação no presente processo licitatório implica, tacitamente, para a licitante, a confirmação de que recebeu da Comissão de Contratação o Invólucro nº 1 e as informações



necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes no Edital e em seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor; e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

- 4.8. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, não sendo a Câmara Municipal, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.
- 4.9. O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Diário Oficial do Município de Campo Grande (DIOGRANDE) eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

5. DO CREDENCIAMENTO

- 5.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão de Contratação o documento que o credencia, conforme modelo do Anexo III, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

- 5.2. O credenciamento far-se-á mediante a apresentação dos **seguintes documentos**:

5.2.1. No caso de **titular da empresa licitante** que comparecer ao local, deverá comprovar a representatividade por meio da apresentação de cédula de identidade ou outro documento de identificação oficial, acompanhado de: (1) registro comercial no caso de empresa individual, contrato social ou estatuto em vigor, no caso de sociedades comerciais e, no caso de sociedades por ações, dos documentos de eleição de seus administradores; (2) inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício; (3) e ata de fundação e estatuto social em vigor, com a ata da assembleia que o aprovou, devidamente arquivado na Junta Comercial ou inscrito no Registro Civil das Pessoas Jurídicas da respectiva sede, no caso de sociedades cooperativas. Nos documentos elencados devem constar expressos os poderes para exercerem direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura; ou

5.2.2. Tratando-se de **representante designado pela empresa licitante**, devendo apresentar: instrumento particular de procuração ou documento equivalente, com poderes para se manifestar em nome da empresa licitante em qualquer fase da licitação, acompanhado de: documento de identificação oficial e do(s) documento(s) descrito(s) no inciso anterior para confirmação de poderes do outorgante.

- 5.3. A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.
- 5.4. Os documentos mencionados nas alíneas “a” e “b”, do subitem 5.2, deverão ser apresentados fora dos envelopes que contém as Propostas Técnicas e de Preços e serão juntados ao processo.
- 5.5. O não comparecimento de qualquer dos participantes na reunião em que serão recebidos os invólucros de documentação e de propostas não impedirá que ela se realize, ocasião em que será aberto o prazo recursal na forma da Lei.
- 5.6. As empresas interessadas que desejarem participar desta licitação deverão comparecer no dia, hora e local indicados no prêmabulo deste Edital, para entregar à Comissão de Contratação os invólucros fechados e indevassáveis, conforme estabelecido neste edital.
- 5.7. As Empresas de Pequeno porte que desejam participar do certame devem apresentar, no ato do credenciamento, a documentação prevista nos itens **4.2.2 e 4.2.3** do Edital.
- 5.8. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões.



5.8.1. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado o substabelecimento.

5.9. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão de Contratação, na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital.

5.10. Não serão recebidos invólucros enviados por via postal.

5.11. Em caso de documentos assinados digitalmente, como procuração, propostas, entre outros, serão aceitos desde que utilizem Certificação Digital. Podem ser utilizados documentos com validação no portal do Instituto Nacional de Tecnologia (ITI), <https://verificador.it.gov.br>; ou no ICP Brasil (documento emitido por plataformas de certificação digital), que poderá ser visualizado no link que consta no rodapé do documento ou impresso com QR Code.

6. DA FORMA DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

6.1. As Propostas Técnicas e a Proposta de Preços deverão ser apresentadas à Comissão de Contratação em invólucros distintos e separados, nas condições estabelecidas nos itens 6.2 e 6.3 respectivamente, e deverão ser apresentados e identificados conforme as informações abaixo.

6.2. A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em 03 (três) invólucros distintos, a saber:

6.2.1 Invólucro n.º 1: Plano de Comunicação Publicitária – VIA NÃO IDENTIFICADA – fornecido pela Câmara Municipal de Campo Grande.

6.2.1.1 O invólucro será padronizado e deverá ser retirado pela interessada no horário das 7h30min às 17h30min, no endereço citado no preâmbulo deste Edital, junto à Comissão de Contratação, no período de **até 5 (cinco) dias úteis antes da data marcada para abertura do procedimento licitatório.**

6.2.1.2 O invólucro padronizado somente será retirado mediante solicitação formal (requerimento) do interessado, podendo, ainda, a solicitação ser realizada através do endereço eletrônico: licitacao@camara.ms.gov.br.

6.2.1.3 O invólucro deverá ser apócrifo, sem lacre/fechamento, sem rubrica e sem nenhuma identificação do proponente, inclusive marca, sinal, estar danificado ou deformado, conter etiqueta ou outro elemento, que, por si só, identifique a licitante.

6.2.1.4 O Plano de Comunicação Publicitária - VIA NÃO IDENTIFICADA (Invólucro nº 01) deverá conter:

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

6.2.1.5 Este invólucro não poderá ter nenhuma identificação na parte externa, para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2, conforme previsto no art. 6º, inciso IV, da Lei 12.232/10.



- 6.2.1.6** A Comissão de Contratação só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária - VIA NÃO IDENTIFICADA se estiver acondicionado no Invólucro nº 1, que fora fornecido pela própria Comissão.
- 6.2.1.7** O Plano de Comunicação Publicitária - VIA NÃO IDENTIFICADA deverá ser redigido em conformidade com o previsto no Anexo V.
- 6.2.1.8** O Plano de Comunicação Publicitária - VIA NÃO IDENTIFICADA não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação de sua autoria.

6.2.2 Invólucro n.º 2: Plano de Comunicação Publicitária – VIA IDENTIFICADA – deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

À COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE (MS)
INVÓLUCRO N.º 2
PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA
(RACIOCÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO, PUBLICIDADE E ESTRATÉGIA DE MÍDIA)
NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE
CONCORRÊNCIA N.º 001/2024

- 6.2.2.1** O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- 6.2.2.2** O Plano de Comunicação Publicitária – **VIA IDENTIFICADA**, sem os exemplos de peças que ilustram a “Ideia Criativa”, deverá constituir-se em 01 (uma) cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e deve ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais por quem detenha poderes de representação legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

6.2.3 Invólucro n.º 3: Conjunto de Informações – deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

À COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE (MS)
INVÓLUCRO N.º 3
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE
CONCORRÊNCIA N.º 001/2024

- 6.2.3.1** No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento e o Repertório, de que tratam os subitens 8.6.2.1 e 8.6.2.2, respectivamente.
- 6.2.3.2** O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- 6.2.3.3** Não poderá conter nenhuma marca ou sinal, etiqueta ou outro indicativo que conste do Plano de Comunicação Publicitária – VIA NÃO IDENTIFICADA (Invólucro nº 1) que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.

6.3. A Proposta de Preços deverá ser acondicionada no **Invólucro n.º 4**, assim identificado mediante aposição de etiqueta:



À COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE (MS)
INVÓLUCRO N.º 4
PROPOSTA DE PREÇO
NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE
CONCORRÊNCIA N.º 001/2024

6.2.4 O Invólucro n.º 4 será providenciado pela licitante e deverá estar fechado e rubricado no fecho, contendo a identificação acima.

6.2.5 A Proposta de Preços deverá ser apresentada em papel timbrado da licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, com clareza, sem emendas ou rasuras, conforme modelo do Anexo VI, por quem detenha poderes de representação legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

6.2.6 O invólucro não poderá ter informação, marca ou sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – VIA NÃO IDENTIFICADA e possibilite a identificação da autoria deste.

6.4. Todos os conjuntos dos documentos e as Propostas deverão ser apresentados em formato A4, podendo ser utilizado qualquer meio de fixação dos documentos que permita seu fácil manuseio, sem riscos de desprendimento ou perda.

6.5. Os documentos e as propostas deverão ser apresentados sequencialmente, de acordo com o edital, e todas as folhas deverão ser numeradas em ordem crescente, apresentando, ao final, o Termo de Encerramento declarando o número de páginas que o compõe e firmado pelo representante legal da empresa participante.

7. DO CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA

7.1. A Proposta Técnica, cujo conteúdo é especificado no ANEXO V deste Edital, será composta de um Plano de Comunicação Publicitária, pertinente às informações expressas no briefing (ANEXO IV) e de um Conjunto de Informações referentes à licitante.

7.2. A Proposta Técnica deverá conter os elementos necessários à avaliação da capacitação e qualificação da licitante para a execução do objeto desta licitação. A não apresentação de qualquer documento exigido neste edital, ou em desconformidade com as regras deste, ensejará a desclassificação da proposta.

7.3. Todos os conteúdos deverão estar em língua portuguesa, salvo quanto aos termos técnicos de uso corrente, sem emendas, ressalvas ou rasuras, com páginas numeradas sequencialmente.

7.4. A Proposta Técnica consiste na apresentação dos quesitos, conforme especificações constantes do Anexo V.

7.5. A Proposta Técnica - correspondente aos invólucros 1, 2 e 3 – deverá ser elaborada em estrita observância às condições indicadas no BRIEFING – ANEXO IV e deverá ser apresentada em 3 (três) invólucros distintos, conforme descrito no item 6.2.

8. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

8.1. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas pela Subcomissão Técnica, sendo que seus membros não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços, conforme dispõe o art. 11, § 1º, da Lei n.º. 12.232/10.

8.2. O julgamento compreenderá a análise e pontuação dos documentos contidos nos invólucros das Propostas Técnicas das licitantes, conforme as normas de julgamento que são apresentadas a seguir.



- 8.3. Para efeitos deste edital, será desclassificada a Proposta Técnica que não atingir, pelo menos, **70 (setenta) pontos**
- 8.4. Para julgamento do critério de qualidade técnica, a avaliação das propostas técnicas será feita pela Subcomissão Técnica, nos termos do art. 10 da Lei 12.232/10, especialmente constituída para esse fim.
- 8.5. A falta de qualquer dos documentos exigidos para a elaboração da Proposta Técnica, ou sua apresentação em desacordo com o presente edital, implicará na desclassificação da proposta.
- 8.6. Na apreciação das Propostas Técnicas, será considerada a linha de atuação desenvolvida, sendo certo que receberá um máximo de 100 (cem) pontos, distribuídos entre os diversos tópicos de julgamento, da seguinte forma:
- 8.6.1 Plano de Comunicação Publicitária** (máximo de 70 (setenta) pontos no total):
- 8.6.1.1 Raciocínio básico** - máximo de 10 (dez) pontos, relativos a:
- Conhecimento das características gerais do cliente;
 - Conhecimento genérico dos serviços prestados pelo cliente;
 - Adequada compreensão da linha de atuação específica do cliente, da natureza, da extensão e da qualidade das relações da comunicação da Câmara Municipal de Campo Grande/MS com seus públicos;
 - Acuidade de compreensão do papel da Comunicação da Câmara Municipal de Campo Grande (MS) no atual contexto social, político e econômico.
- 8.6.1.2 Estratégia de comunicação publicitária** - máximo de 25 (vinte e cinco) pontos, relativos a:
- Formulação do conceito, da compreensão do tema hipotético ao desenvolvimento do raciocínio que o conduziu;
 - Formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação;
 - Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;
 - Riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Câmara Municipal com seus públicos.
- 8.6.1.3 Ideia criativa** - máximo de 25 (vinte e cinco) pontos, relativos a:
- Sua adequação ao problema específico de comunicação do cliente;
 - Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
 - Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
 - Originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
 - Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
 - Sua pertinência às atividades do cliente e à sua inserção na sociedade;
 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
 - Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.
- 8.6.1.4 Estratégia de mídia e não mídia** - máximo de 10 (dez) pontos, relativos a:
- O conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários;



- b. Capacidade analítica revelada no exame desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia;
- c. Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às 02 (duas) alíneas anteriores;
- d. Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- e. Pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da Câmara Municipal de Campo Grande (MS).

8.6.2 Conjunto de Informações, máximo de 30 (trinta) pontos no total, relativos a:

8.6.2.1 Capacidade de Atendimento (máximo de 15 (quinze) pontos), relativos a:

- a. Capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da agência;
- b. Estrutura física e equipamentos necessários à realização dos serviços;
- c. Pertinência da sistemática de atendimento e a adequação dos prazos máximos para a entrega dos serviços, a operacionalidade do relacionamento entre o Setor de Comunicação da Câmara Municipal de Campo Grande e a licitante, esquematizado na Proposta;
- d. Experiência da licitante no atendimento a outros clientes com serviços similares ao objeto deste edital.

8.6.2.2 Repertório (máximo de 15 (quinze) pontos no total), relativos a:

8.6.2.2.1 *Relatos de Cases* (máximo de 10 (dez) pontos)

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

8.6.2.2.2 *Peças Isoladas* (máximo de 05 (cinco) pontos)

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

8.7. A Nota da Proposta Técnica (total de pontuação auferida) servirá para o cálculo da nota final de acordo com o subitem 10.11 deste edital.

8.8. Serão levados em conta, pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta:

8.8.1. A exequibilidade das peças;

8.8.2. A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

8.9. A pontuação final de cada Proposta Técnica será definida pela soma das notas atribuídas a cada um dos quesitos relacionados no subitem 8.6.



- 8.10.** A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.
- 8.10.1.** Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.
- 8.11.** A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 1 (uma) casa decimal.
- 8.12.** As propostas que obtiverem **nota igual ou superior a 70 (setenta) pontos** serão classificadas em ordem decrescente, a partir da que acumular maior pontuação.
- 8.13.** Divulgada a classificação da Proposta Técnica e expirado o prazo recursal, serão designados, em publicação no Diário Oficial de Campo Grande – DIOGRANDE, dia e hora para abertura dos invólucros nº 04, contendo as Propostas de Preços das Licitantes classificadas tecnicamente.

9. DA PROPOSTA DE PREÇOS

- 9.1.** A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo VI deste Edital e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 9.2.** A execução dos serviços a serem realizados será remunerada, originalmente, na forma abaixo, levando-se em consideração os eventuais descontos e repasses concedidos pelas licitantes, na forma apresentada na Proposta de Preços.
- 9.3.** A Proposta de Preços será apresentada mediante preenchimento da política de preços adotada pela licitante (ANEXO VI) das parcelas sujeitas à valoração, e deverá ser apresentada conforme descrito nos subitens 9.3.1 e 9.3.2 abaixo descritas, compreendendo:
- 9.3.1.** Percentual de desconto sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (SINAPRO/MS), limitados a 50% (cinquenta por cento);
- 9.3.2.** Percentual de honorários pertinentes à supervisão de produção externa – serviços de terceiros: taxa de Agência pela remuneração de 05% a 10% sobre o custo de produção realizada por terceiros ou custo efetivo dos serviços e suprimentos contratados.
- 9.4.** Os serviços de mídia como planejamento e distribuição aos veículos serão remunerados às Agências vencedoras mediante o “desconto padrão” de 20% de acordo com o Parágrafo Único do art. 11, da Lei nº 4.680/65 e subitem 2.5.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editada pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão.
- 9.5.** Haverá repasse para a Câmara Municipal de Campo Grande (MS) sobre o “desconto de agência” pago pelos Veículos de Comunicação às Agências. Este valor obedece ao limite estabelecido no Anexo B, instituído pelo item 6.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, conforme tabela abaixo:

INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA	PARCELA DO INVESTIMENTO BRUTO “DESCONTO PADRÃO DE AGÊNCIA” A REVERTER AO ANUNCIANTE
Até R\$ 2.500.000,00	Nihil



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls _____

De R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00	Até 2%(dois por cento) do investimento bruto
De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00	Até 3% (três por cento) do investimento bruto
De R\$ 25.000.000,01 em diante	Até 5%(cinco por cento) do investimento bruto

- 9.6. Se eventualmente algum licitante conceder descontos ou propuser honorários acima dos limites estabelecidos, será desclassificado.
- 9.7. A Proposta de Preços deverá ser apresentada em conformidade com o estabelecido no Anexo VI (Modelo de Proposta de Preços), juntamente com o Anexo VIII - Declaração de elaboração independente de proposta.
- 9.8. Os valores propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do Contrato, nenhuma alteração sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.
- 9.9. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação.
- 9.10. Caso o prazo de validade da proposta preços previsto no item acima venha a expirar até a data de realização da sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão de Contratação poderá realizar diligências necessárias à resolução da mencionada falta, nos termos do § 2º, do art. 59, da Lei Federal nº 14.133/2021, como forma de prorrogar validade da proposta vencida.
- 9.11. A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros, com as Proposta de Preços, ou antes do encerramento do certame, será desclassificada.

10. DA VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

- 10.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de "Técnica e Preço", nos termos do Artigo 5º, da Lei Federal nº 12.232/2010, e dos Artigos 33, 34 e 35, da Lei Federal nº 14.133/2021, estabelecido o peso 70 para a Proposta Técnica e o peso 30 para a Proposta de Preços.
- 10.2. As Propostas de Preços das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste edital e seus anexos.
- 10.3. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a execução do contrato.
- 10.4. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Contratação considerará o preço por extenso.
- 10.5. O desconto sobre a tabela de custos internos, desenvolvida pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul, é item de pontuação, conforme consta a seguir:
 - 10.5.1. Até 60 (sessenta) pontos para a agência que cobrar os menores valores de custos internos com base na Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (um ponto para cada 1% - um por cento de desconto - entre 11% até 30% e mais dois pontos para cada 1% de desconto entre 31 a 50% de desconto, limitado a 50% - cinquenta por cento - do valor da tabela).
- 10.6. Os honorários sobre o preço faturado pelos fornecedores de produção também é item de pontuação, conforme delimitado a seguir:
 - 10.6.1. Até 40 (quarenta) pontos para os menores honorários oferecidos sobre o custo orçado junto a fornecedores especializados, na prestação de serviços e de suprimentos externos, nos termos do subitem 3.6.1 e 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária (conforme a tabela **b** do subitem 10.7.1).



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls _____

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

10.7.1. A avaliação da Proposta de Preços será pelo máximo de 100 (cem) pontos. Na avaliação da proposta de preços será atribuída pontuação em seus itens através dos seguintes critérios:

- a) Desconto sobre os custos internos da tabela referencial de custos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul.

A – Baseado nos valores indicado nos custos internos e na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul.

PERCENTUAL DE DESCONTO	CRITÉRIO	PONTUAÇÃO AFERIDA (SIMULAÇÃO MÁXIMA)
0 a 10 %	0 ponto	00
11 a 30 %	1% de desconto = 1 ponto	20
31 a 50%	1% de desconto = 2 pontos	40
SUB TOTAL		60

- b) Remuneração por serviços de terceiros:

B - Remunerado entre 05% a 10% de honorários (assessoria, execução, supervisão e pagamento).

PERCENTUAL DE TAXA COBRANÇA	CRITÉRIO	PONTUAÇÃO AFERIDA (SIMULAÇÃO MÁXIMA)
10%	0 ponto	
09%	05 Pontos	
08%	10 pontos	
07%	20 pontos	
06%	30 pontos	
05%	40 pontos	Até 40
SUB TOTAL		40
TOTAL MÁXIMO DE PONTOS		100

10.8. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo sido julgados os recursos porventura interpostos, ou havendo desistência dos mesmos, a Comissão de Contratação elaborará relatório e parecer conclusivo, com o resultado da fase de propostas.

10.9. A Nota da Proposta de Preços (total da pontuação auferida) servirá para o cálculo da nota final de acordo com o item 10.11.

10.10. Serão desclassificadas as propostas que:

- 10.10.1.** Não atenderem as disposições contidas neste edital;
- 10.10.2.** Apresentarem valores superiores aos praticados no mercado e que contenham qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

10.11. Da Nota Final:

- 10.11.1.** A Comissão de Contratação considerará vencedoras desta licitação as propostas que obtiverem pontuações iguais ou superiores a 70 (setenta) pontos na Nota Final, calculada através da soma da Nota Final da Proposta Técnica com a Nota Preço, conforme seguinte critério:

- a) Critério para a pontuação final:

10.11.1.a.1. *As Notas da Proposta Técnica (NPT) terão peso 7 (sete) e as Notas Proposta de Preços (NPP) terão peso 3 (três) sendo vencedoras as licitantes que obtenham as maiores notas médias ponderadas, de acordo com a seguinte fórmula:*



$$NMP = \frac{(7 \times NPT + 3 \times NPP)}{10}$$

Sendo:

NMP = Nota Média Ponderada

NPT = Nota Proposta Técnica

NPP = Nota Proposta de Preço

10.11.2. A classificação das proponentes será em ordem decrescente das notas finais obtidas.

10.12. Se houver empate, o desempate far-se-á mediante a maior pontuação obtida, por cada proposta, decrescentemente, nos seguintes itens da proposta técnica:

- a. Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b. Ideia Criativa;
- c. Raciocínio Básico;
- d. Estratégia de Mídia;
- e. Capacidade de Atendimento; e
- f. Repertório e Relato de Case e Peças Isoladas.

10.13. Permanecendo a situação de empate, o desempate far-se-á por sorteio público, para o qual serão convocadas todas as Licitantes classificadas tecnicamente.

11. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

11.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão de Contratação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

11.2. A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de nenhuma licitante ser habilitada, o que requer a convocação novamente de todas as classificadas.

11.3. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no **Invólucro nº 5**, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

À COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE (MS)
CONCORRÊNCIA N.º 001/2024
INVÓLUCRO N.º 5
DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
NOME EMPRESARIAL DA LICITANTE
CNPJ/MF:

11.4. O Invólucro nº 5 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

11.5. Os documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

11.5.1. em via original; ou

11.5.2. sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls _____

- 11.5.3.** em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública; ou
- 11.5.4.** em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência pela Comissão de Contratação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.
- 11.6.** Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram no Edital.
- 11.7.** Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Contratação.
- 11.8.** Como condição prévia ao exame da documentação de habilitação da Licitante detentora da proposta classificada em primeiro lugar, o (a) Presidente da Comissão verificará o eventual descumprimento das condições de participação, especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação, mediante a consulta aos seguintes cadastros:
- 11.8.1.** Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas – **CEIS**, mantido pela Controladoria-Geral da União (www.portaldatransparencia.gov.br/ceis)
- 11.8.2.** Cadastro Nacional de Empresas Punidas – **CNEP**, mantido pela Controladoria-Geral da União (<https://www.portaltransparencia.gov.br/sancoes/cnep>).
- 11.8.3.** Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Atos de Improbidade Administrativa, mantido pelo Conselho Nacional de Justiça.
- a)** A consulta aos cadastros será realizada em nome da empresa Licitante e também de seu sócio majoritário, por força do artigo 12, da Lei Federal nº 8.429/92, que prevê, dentre as sanções impostas ao responsável pela prática de ato de improbidade administrativa, a proibição de contratar com o Poder Público, inclusive por intermédio de pessoa jurídica da qual seja sócio majoritário.
- 11.9.** Constatada a existência de sanção, a Comissão de Contratação reputará inabilitada a Licitante, por falta de condição de participação.
- 11.10.** Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista a seguir:
- 11.10.1. Declaração de Habilitação Exigida (ANEXO VIII deste edital)**
- 11.10.2. Habilitação Jurídica**
- a.** ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
- a.1)** os documentos mencionados na alínea ‘a’ deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;
- b.** inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
- c.** ato de autorização, quando se tratar 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;
- d.** registro comercial, em caso de empresa individual.
- 11.10.3. Regularidade Fiscal e Trabalhista**
- a.** Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls _____

- b. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;
 - c. Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;
 - d. Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;
 - e. Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
 - f. Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.
 - g. Comprovação do Alvará de Localização e Funcionamento do exercício vigente.
- 11.10.4.** Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.
- 11.10.5.** Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.
- 11.10.6.** Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.
- 11.10.7. Qualificação Econômico-financeira**
- a. Certidão Negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede fiscal da pessoa jurídica, dentro do prazo de validade.
 - a.1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
 - a.2) no caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;
 - b. Balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 03 (três) meses da data de apresentação da proposta, tomando como base a variação ocorrida no período.
 - b.1) O balanço patrimonial e demais demonstrações contábeis limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos.
 - b.2) As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 65, §1º)

Observações: serão considerados aceitos na forma da lei o balanço patrimonial e demonstrações contábeis assim apresentados:

- I. Sociedades regidas pela Lei nº 6.404/76 (sociedade anônima):
 - Publicados em Diário Oficial; ou
 - Publicados em Jornal de grande circulação; ou



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls _____

- Fotocópia registrada na Junta Comercial da sede ou domicílio do licitante; ou
- Escrituração Digital Contábil e Fiscal (SPED), conforme Instrução Normativa nº 787 da Receita Federal.

II. Sociedade por cota de responsabilidade limitada (Ltda.):

- Fotocópia do livro diário, inclusive com os termos de abertura e de encerramento, com assinatura do contador e sócio da empresa, devidamente autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio do licitante ou em outro órgão equivalente; ou
- Fotocópia do balanço e das demonstrações contábeis devidamente registrados e autenticados na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante.

III. Sociedades sujeitas ao regime estabelecido na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006 – Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte:

- Declaração de Informações Socioeconômicas e Fiscais (DEFIS), devidamente acompanhada do Recibo de entrega na Receita Federal; ou
- Fotocópia do balanço e das demonstrações contábeis devidamente registrados na Junta Comercial da sede ou domicílio do licitante. (art. 32, LC 123/2006 – igual outras pessoas jurídicas).
- Declaração Anual do Simples Nacional para o Microempreendedor Individual (DASN - SIMEI), para as empresas MEI, enquadradas como “Empreendedor Individual” que não estão obrigadas a manter a escrituração contábil.

11.10.8. O balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados por contador ou por **outro profissional equivalente**, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade, não sendo necessária a apresentação da Certidão de Regularidade deste profissional.

11.10.9. As empresas que optarem por apresentar a Escrituração Digital Contábil e Fiscal (SPED), conforme Instrução Normativa nº 787/07 da Receita Federal, que dispensa a apresentação de balanço patrimonial registrado na Junta Comercial, deverão comprovar a utilização da ECD – Escrituração Contábil Digital, através da apresentação do Balanço Patrimonial, Demonstrações Contábeis e Recibo de Entrega de Livro Digital emitido pela Receita Federal.

11.10.10. A **comprovação da situação financeira da empresa** será constatada mediante obtenção de Solvência Geral (SG), resultante da aplicação da fórmula:

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}} \geq 1,0$$

- a) As empresas, que apresentarem resultado inferior ou igual a 1 (um) no índice de Solvência Geral (SG), deverão comprovar patrimônio líquido de no mínimo 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação (subitem 1.8 deste edital).
- b) O cálculo de o índice de Solvência Geral deverá ser apresentado em documento anexo, inserido no Envelope de Documentação, assinados por contador ou por outro profissional equivalente, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade, não sendo necessária a apresentação da Certidão de Regularidade deste profissional.

11.10.11. Qualificação Técnica



- a. Certificado de Qualidade Técnica em vigor, expedido pelo CENP – Conselho Executivo de Normas Padrão, nos termos do art.4º, § 1º da Lei Federal 12.232/2010.
- a.1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;
- b.2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão de Contratação.
- b. Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto da licitação, mediante a apresentação de, ao menos, 1 (um) atestado ou contrato firmado com pessoa jurídica de direito público ou privado que comprove, de maneira satisfatória, a aptidão para desempenho de atividades pertinentes ao objeto a ser licitado.
- b.1) no caso de atestados emitidos por empresa de iniciativa privada, não serão considerados aqueles emitidos por empresas pertencentes ao mesmo grupo empresarial da empresa proponente.
- b.2) serão consideradas como pertencentes ao mesmo grupo empresarial da empresa proponente, empresas controladas ou controladoras da empresa proponente ou que tenham pelo menos uma mesma pessoa física ou jurídica que seja sócio da empresa proponente.
- b.3) A Câmara Municipal de Campo Grande reserva-se o direito de conferir as informações prestadas por meio de consultas às empresas emitentes dos atestados.
- c. Declaração de que, no prazo de 30 (trinta) dias corridos, após a assinatura do instrumento contratual, apresentará relação da estrutura física, em Campo Grande-MS, e respectiva equipe técnica da licitante, capaz de cumprir integralmente as obrigações decorrentes do objeto licitado, compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE (item constante no ANEXO VII).
- 11.11. Toda a documentação das licitantes deverá estar em plena vigência na data de abertura do certame, inclusive aquelas referentes à Habilitação.
- 11.12. Os documentos solicitados deverão estar com prazo de validade vigente. Se, entretanto, algum não constar o prazo de vigência, será considerado como sendo até 90 (noventa) dias, contados da data de sua emissão, a exceção de atestado de capacidade técnica que não serão objeto de aferição quanto a esse aspecto.
- 11.13. Serão consideradas inabilitadas automaticamente as participantes que não apresentarem a documentação solicitada ou apresentarem com vícios ou defeitos que impossibilitem seu entendimento ou não atendam as condições previstas no edital.
- 11.14. Quando a licitante apresentar certidão extraída por meio da internet, que não seja original, a comissão poderá efetuar a consulta no site correspondente, para verificação da sua autenticidade.
- 11.15. Os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, ressalvado o item “a” do tópico de Qualificação Técnica (11.10.11) e todos aqueles documentos que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

12. DA ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 12.1. A Comissão de Contratação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no Edital.



12.2. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão de Contratação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 10 (dez) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

12.3. Na análise dos documentos de habilitação, a Comissão de Contratação poderá sanar erros ou falhas, que não alterem a substância dos documentos e sua validade jurídica, mediante decisão fundamentada, registrada em ata e acessível a todos, atribuindo-lhes eficácia para fins de habilitação e classificação.

13. DA COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

13.1. Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação, na forma do art. 10 da Lei n.º 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

13.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

13.3. Dos membros da Subcomissão Técnica, 01 (um) não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Câmara Municipal de Campo Grande (MS).

13.4. Os membros da Subcomissão Técnica deverão possuir qualificação técnica evidenciadas pela formação em cursos superiores, em nível de graduação e pós-graduação, das áreas de comunicação ou pela atuação numa das áreas descritas no item 13.2, e ainda:

13.4.1. Não possuir vínculo contratual ou funcional, direto ou indireto, com licitante ou com o respectivo sócio ou dirigente;

13.4.2. Não ser cônjuge ou companheiro de sócio ou dirigente de licitante, nem ter com eles vínculo de parentesco, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau; e

13.4.3. Não atuar ou ter atuado de forma relevante, em outras etapas, no âmbito do mesmo processo licitatório.

13.5. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 09 (nove) integrantes, sendo 3 (quatro) deles sem nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Câmara Municipal de Campo Grande (MS), todos previamente cadastrados.

13.5.1. A relação dos nomes referidos no item 13.5 deste edital será publicada pela Comissão de Contratação na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

13.5.2. O sorteio será processado pela Comissão de Contratação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Câmara Municipal de Campo Grande (MS).

13.5.3. A relação prevista no item 13.5 deste edital conterà, separadamente, os nomes dos integrantes com vínculo ou não com a Câmara Municipal de Campo Grande.

13.5.4. O membro da referida Subcomissão deverá declarar-se suspeito ou impedido, imediatamente, sempre que constatar que participa do certame agência de publicidade e/ou projeto nos quais tenha trabalhado ou participado, em respeito aos princípios da impessoalidade e da transparência no julgamento das propostas, sob pena de responsabilidade, com fulcro na Lei Federal nº 14.133/2021.



- 13.5.5.** A ausência de manifestação do membro teoricamente suspeito não impede que qualquer outro participante da Subcomissão, tendo conhecimento dos fatos, possa alegá-los.
- 13.5.6.** Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o item 13.5, mediante a apresentação à Comissão Permanente de Licitação de justificativa para a exclusão.
- 13.5.7.** 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.
- 13.5.8.** A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 13.
- a)** Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no item 13.5.
 - b)** Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.
- 13.6.** A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 13.5.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.
- 13.7.** O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Câmara Municipal de Campo Grande.
- 13.8.** Não tendo havido qualquer impugnação, os profissionais que compuseram a relação publicada na imprensa oficial e foram sorteados passarão a compor a Subcomissão Técnica, que realizará a avaliação e a pontuação das Propostas Técnicas a serem apresentadas no certame.
- 13.9.** Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica, quando solicitado pela Comissão, manifestar-se sobre eventuais recursos de licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.
- 13.10.** A Comissão de Contratação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras busquem atingir as finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 5º, caput, da Lei Federal nº 14.133/2021.
- 13.11.** Os membros da Comissão de Contratação e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021.
- 14. DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS**
- 14.1.** A reunião de licitação será realizada em 04 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação.
- 14.1.1.** Todos os fatos relevantes, pertinentes ao objeto da Licitação, ocorridos durante a reunião de licitação, serão registrados em ata circunstanciada.



- 14.2. A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item 5.2 deste edital.
- 14.3. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas Técnicas, de preço e os Documentos de Habilitação nas respectivas sessões públicas.
- 14.4. Aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes poderão ser relevados pela Comissão, se constantes dos documentos submetidos à análise e julgamento da Subcomissão Técnica, por esta subcomissão, desde que não firam o entendimento da proposta e o ato não acarrete violação aos princípios básicos da licitação.
- 14.5. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preço.
- 14.6. A Comissão poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.
- 14.7. Se os invólucros lacrados das licitantes desclassificadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados da homologação desta Concorrência, prazo após o qual serão destruídos.

14.8. **PRIMEIRA SESSÃO**

14.8.1. A abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) neste edital;
- apresentação, à Comissão, dos invólucros nºs 1, 2, 3 e 4.
- exame da conformidade dos invólucros com as disposições deste Edital;
- rubrica no fecho dos invólucros nºs 2 e 4 e subsequente acondicionamento destes invólucros em receptáculo específico com rubrica no seu respectivo fecho pela Comissão e representantes das licitantes;
- conferência em relação aos envelopes nº 1, quanto à existência, em sua parte externa, de quaisquer menções ou elementos que identifiquem a (s) empresa (s) licitante (s), ocorrência que impedirá a Comissão de receber seus demais envelopes.
- abertura dos invólucros nos 1 e 3.

14.8.2. Após o encerramento do prazo para recebimento dos invólucros, o qual será declarado pela Comissão na sessão pública, não será permitido o recebimento de nenhum outro invólucro, documento ou embalagem.

14.8.3. O invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão se:

- a) não apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite sua identificação ou a identificação das licitantes antes da abertura do invólucro nº 2;
- b) não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

14.8.4. O não recebimento do invólucro nº 1 implica o não recebimento dos demais invólucros da licitante e seu consequente impedimento de participar da Concorrência.



14.8.5. A Comissão, antes da abertura dos invólucros nº. 1, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

14.8.6. A Comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros nº 1, nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

14.8.7. Se, ao examinar e/ou rubricar os conteúdos dos invólucros nºs 1 e 3, for constatada ocorrência que possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

14.8.8. Abertos os invólucros nºs 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

14.8.9. A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos invólucros nos. 1 e 3 observarão os seguintes procedimentos:

- a) encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária.
- c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilhas com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso;
- d) encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros n. 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de atendimento, do Repertório e dos relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

14.9. SEGUNDA SESSÃO

14.9.1. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (invólucros nºs. 1 e 3), as respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão convocará as licitantes para participar da segunda sessão pública, que terá a seguinte pauta básica:

- identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;
- abertura do receptáculo contendo o invólucro nº. 2;
- abertura e rubrica do conteúdo do invólucros nº 2;
- cotejo das vias não identificadas (invólucro n. 1) com as vias identificadas (invólucro n. 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao plano de comunicação publicitária e, separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica;
- proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica,



- adoção dos procedimentos previstos no subitem 10.13, em caso de empate, após a decisão final, inclusive das Propostas de Preço.
- informação de que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será divulgado na forma da lei, com a indicação dos licitantes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 15 deste Edital, salvo desistência de todas as licitantes participantes.

14.10. TERCEIRA SESSÃO

14.10.1. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência, ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão convocará as licitantes para participar da terceira sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

- identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;
- abertura dos invólucros nº 4, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e representantes das licitantes presentes;
- julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços e divulgação do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- declaração da vencedora no julgamento final das Propostas, quais sejam, as licitantes mais bem classificadas na média ponderada, de acordo com os respectivos pesos, na Proposta Técnica e na Proposta de Preços;
- informação de que o resultado do julgamento final das Propostas será divulgado na forma da lei, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 15 deste Edital, salvo desistência de todas as licitantes participantes.

14.11. QUARTA SESSÃO

14.11.1. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência, ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para participar da quarta sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

- identificação dos representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- recebimento e abertura dos invólucros n. 5, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes;
- análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório;
- decisão da Comissão de Contratação quanto à habilitação ou inabilitação dos licitantes classificados no julgamento final das propostas;
- informação de que o resultado da habilitação será divulgado na forma da lei, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 15 deste Edital, salvo desistência de todas as licitantes participantes.

14.11.2. Na hipótese de todas as propostas de preço serem desclassificadas, ou de todas as licitantes serem inabilitadas, a Comissão poderá fixar às licitantes o prazo de 10 (dez) dias úteis para apresentação de nova documentação ou de outras propostas escoimadas das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.



14.11.3. A nova documentação deve ser apresentada na forma prevista neste Edital, e entregue em sessão pública.

14.11.4. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto às licitantes vencedoras, observado o disposto no subitem 20.10 deste Edital.

15. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

15.1. Eventuais recursos referentes à presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de **3 (três) dias úteis**, a contar da intimação do ato ou da lavratura da respectiva ata, em petição escrita, dirigida à autoridade competente da Câmara Municipal de Campo Grande, por intermédio da Comissão de Contratação, protocolizada no Protocolo Central da CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE, localizada na Rua Ricardo Brandão, nº 1.600, Bairro Jatiúka Park, CEP 79040-904, em Campo Grande (MS), de segunda a sexta-feira, das 7h30min às 17h30min.

15.2. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta Concorrência, em local e horário a ser indicado pela Comissão de Contratação.

15.3. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão contrarrazoá-lo no prazo máximo de 03 (três) dias úteis.

15.4. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

15.5. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão efeito suspensivo, podendo a Comissão de Contratação, motivadamente e se houver interesse para a Câmara Municipal – atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

16. DO CONTRATO

16.1. O contrato deverá ser assinado pelas licitantes declaradas vencedoras do certame, no prazo de até 10 (dez) dias úteis, contados a partir da data de convocação da Diretoria de Administração da Câmara Municipal de Campo Grande, sob a pena de decair do direito à contratação, sem prejuízo das penalidades previstas no Artigo 90, § 5º, da Lei Federal nº 14.133/2021 e alterações subsequentes.

16.2. O prazo previsto no subitem anterior poderá ser prorrogado, por igual período, por solicitação justificada da Adjudicatária e aceita pela Administração.

16.3. As agências vencedoras não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços.

16.4. As cláusulas e condições contratuais, inclusive as sanções por descumprimento das obrigações serão aquelas previstas no Termo de Referência e neste respectivo Edital, fazendo lei entre as partes as disposições aqui previstas.

16.5. As obrigações das partes estão inseridas neste Edital e seus anexos, bem como no Anexo IX – Minuta do Contrato.

17. DA GARANTIA CONTRATUAL



17.1. Para segurança da Administração quanto ao cumprimento das obrigações contratuais, a adjudicatária prestará garantia de execução contratual, nos moldes do art. 96 da Lei 14.133/2021, com validade durante a execução do contrato e por 90 (noventa) dias após o término da vigência contratual, em valor correspondente a 1% (um por cento) do valor total do contrato.

17.2. A Contratada deverá apresentar à Câmara Municipal de Campo Grande, no prazo de 30 (trinta) dias corridos, contados da data da assinatura do contrato, comprovante de garantia, no valor correspondente a 1% (um por cento) do total do contrato, cabendo-lhe optar por uma das modalidades de garantia previstas no artigo 96, da Lei Federal nº 14.133/2021:

- a) Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;
- b) Seguro garantia;
- c) Fiança bancária

17.3. A garantia deverá ter validade de 90 (noventa) dias após o término da vigência contratual e necessitará ser renovada a cada prorrogação efetivada no contrato.

17.4. Caso a garantia não seja em dinheiro, ela não poderá ser restritiva quanto às obrigações da Contratada com a Contratante advinda de prejuízos diretos ou indiretos, multas, indenizações ou ressarcimento de quaisquer espécies.

17.5. Se a garantia for utilizada para pagamento de multa aplicada, a Contratada se obrigará a fazer a respectiva reposição, no prazo máximo de 8 (oito) dias, a contar da data em que for notificada pela Contratante.

17.6. Sempre que ocorrer aditamento ao Contrato a garantia deve ser renovada ou atualizada;

17.7. Em caso de fiança bancária, deverá constar do instrumento a renúncia, expressa pelo fiador, dos benefícios previstos nos Artigos. 827 e 835, do Código Civil.

18. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

18.1. Comete infração administrativa, nos termos da lei, o licitante que, com dolo ou culpa:

18.1.1. deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pela Comissão de Contratação durante o certame;

18.1.2. Salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não mantiver a proposta em especial quando:

- a) recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;
- b) pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva; ou
- c) deixar de apresentar amostra, quando exigida;
- d) apresentar proposta ou amostra em desacordo com as especificações do edital;

18.1.3. não celebrar o contrato/ata de registro de preços ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;

- a) recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou a aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração;

18.1.4. apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação.

18.1.5. fraudar a licitação.



18.1.6. comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza, em especial quando:

- a) agir em conluio ou em desconformidade com a lei;
- b) induzir deliberadamente a erro no julgamento;
- c) apresentar amostra falsificada ou deteriorada;
- d) praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação
- e) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei n.º 12.846, de 2013.

18.2. Com fulcro na Lei nº 14.133, de 2021, a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou adjudicatários as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:

18.2.1. advertência;

18.2.2. multa;

18.2.3. impedimento de licitar e contratar e

18.2.4. declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

18.3. Na aplicação das sanções serão considerados:

18.3.1. a natureza e a gravidade da infração cometida.

18.3.2. as peculiaridades do caso concreto

18.3.3. as circunstâncias agravantes ou atenuantes

18.3.4. os danos que dela provierem para a Administração Pública

18.3.5. a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

18.4. A multa será recolhida em percentual de 0,5% a 30% incidente sobre o valor do contrato licitado, recolhida no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, a contar da comunicação oficial.

18.4.1. Para as infrações previstas nos itens 18.1.1, 18.1.2 e 18.1.3, a multa será de 15% do valor do contrato licitado.

18.4.2. Para as infrações previstas nos itens 18.1.4, 18.1.5, 18.1.6, c) e d), a multa será de 30% do valor do contrato licitado.

18.5. As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à penalidade de multa.

18.6. Na aplicação da sanção de multa, será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.

18.7. A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos itens 18.1.1, 18.1.2 e 18.1.3, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo a qual pertencer o órgão ou entidade, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.

18.8. Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações dispostas nos itens 18.1.4, 18.1.5, 18.1.6, c) e d),



bem como pelas infrações administrativas previstas nos itens 18.1.1, 18.1.2 e 18.1.3 que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de impedimento de licitar e contratar, cuja duração observará o prazo previsto no art. 156, §5º, da Lei n.º 14.133/2021.

18.9. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração, descrita no item 18.1.3, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade promotora da licitação, nos termos do art. 45, §4º da IN SEGES/ME n.º 73, de 2022.

18.10. A apuração de responsabilidade relacionadas às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo de responsabilização a ser conduzido por comissão composta por 2 (dois) ou mais servidores estáveis, que avaliará fatos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o adjudicatário para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.

18.11. Caberá recurso no prazo de 15 (quinze) dias úteis da aplicação das sanções de advertência, multa e impedimento de licitar e contratar, contado da data da intimação, o qual será dirigido à autoridade que tiver proferido a decisão recorrida, que, se não a reconsiderar no prazo de 5 (cinco) dias úteis, encaminhará o recurso com sua motivação à autoridade superior, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

18.12. Caberá a apresentação de pedido de reconsideração da aplicação da sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data da intimação, e decidido no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do seu recebimento.

18.13. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

18.14. A aplicação das sanções previstas neste edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral dos danos causados.

19. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

19.1. A despesa decorrente da presente contratação correrá por conta do orçamento em vigor.

19.2. A contratação será atendida pela seguinte dotação:

- Unidade Orçamentária: 0101 – Câmara Municipal de Campo Grande;
- Projeto / Atividade: 2033 – Ações Legislativas de Campo Grande;
- Função Programática: 1.31.25 – Democracia e Justiça Social;
- Elemento de Despesa: 33903988 – Serviços de Publicidade e Propaganda.

20. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

20.1. As licitantes são responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação, de modo que a falsidade de qualquer documento apresentado ou a inverdade das informações nele contidas implicará a imediata desclassificação do respectivo licitante.

20.2. É facultada à Comissão de Contratação, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls _____

20.3. A Comissão de Contratação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas Propostas Técnicas (questo Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição da contratante para a execução do contrato.

20.4. A Comissão de Contratação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2.

20.5. Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada ou inabilitada se a contratante tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação técnica ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

20.6. Se ocorrer desclassificação ou inabilitação da licitante vencedora, por fatos referidos no parágrafo precedente, a contratante poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação final das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.

20.7. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a contratante comunicará os fatos verificados aos órgãos e instituições competentes para que sejam tomadas as providências devidas.

20.8. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o artigo 337-I, do Capítulo II-B, da Lei Federal nº 14.133/2021.

20.9. Antes do aviso oficial do resultado da 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.

20.10. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

20.11. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do artigo 148, da Lei Federal nº 14.133/2021.

20.12. A contratante poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à contratada o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

20.13. Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão de Contratação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar o Edital, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

20.14. Correrão por conta da contratante as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial, na forma prevista no parágrafo único do artigo 91, da Lei Federal nº 14.133/2021.

20.15. As questões suscitadas pelo Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente pela Comissão Processante serão submetidas a análise judicial.

20.16. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital, excluir-se-á o dia do começo e incluir-se-á o do vencimento, nos termos do artigo 183, inciso III, da Lei Federal nº 14.133/2021.



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls _____

20.17. Os prazos estabelecidos neste Edital só se iniciam e vencem em dias de expediente da Câmara Municipal de Campo Grande.

20.18. Este Edital e seus anexos, bem como a Proposta vencedora, farão parte integrante do contrato, como se nele estivessem transcritos

20.19. O conteúdo deste Edital e de seus anexos, bem como outros documentos que forem emitidos pela Câmara Municipal de Campo Grande e fornecidos às licitantes, são complementares entre si, devendo ser interpretados conforme os princípios que regem as licitações públicas.

20.20. Integram este Edital, para todos os fins e efeitos, os seguintes anexos:

- I. Orientações às licitantes
- II. Termo de Referência
- III. Carta de Credenciamento
- IV. “Briefing”
- V. Conteúdo da Proposta Técnica
- VI. Modelo de Proposta de Preços
- VII. Declaração de Habilitação Exigida
- VIII. Declaração de Elaboração Independente de Proposta
- IX. Minuta de Contrato
- X. Planilha Individual De Avaliação Da Proposta Técnica – Plano De Comunicação Publicitária
- XI. Planilha Geral De Avaliação Da Proposta Técnica – Plano De Comunicação Publicitária
- XII. Planilha Individual De Avaliação Da Proposta Técnica – Conjunto De Informações
- XIII. Planilha Geral De Avaliação Da Proposta Técnica – Conjunto De Informações
- XIV. Planilha Individual De Avaliação Da Proposta De Preços
- XV. Declaração de Enquadramento como Empresa de Pequeno Porte
- XVI. Tabela De Custos Referenciais Para Serviços De Publicidade (Custos Internos) Vigentes Em 2024

Campo Grande (MS), 19 de agosto de 2024.

Josiele Severo dos Santos
Diretora de Licitações



ANEXO I – ORIENTAÇÕES ÀS LICITANTES

Com vistas a orientar as licitantes quanto à participação no certame, tal como no preenchimento das propostas e preparação da documentação de habilitação, elaborou-se este anexo.

1. PARTICIPAÇÃO NO CERTAME

Para a participação no certame, juntamente com os documentos listados no item 5 do Edital, as licitantes devem ainda apresentar:

- **Carta de Credenciamento (ANEXO III);**
- **Declaração de Enquadramento como Empresa de Pequeno Porte (ANEXO XV),** caso a licitante esteja enquadrada e deseje usufruir do tratamento favorecido, nos limites da Lei Complementar n. 123/2006.

2. APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

Para a elaboração das Propostas Técnicas e Propostas de Preços, a licitante deverá observar o disposto nos itens 6 e 7 do Edital, atentando-se para os seguintes aspectos:

2.1 Proposta Técnica

As propostas técnicas deverão ser elaboradas em conformidade com o ANEXO IV – Briefing e ANEXO V – Conteúdo da Proposta Técnica.

2.2 Proposta de Preços

As propostas de preços deverão observar o disposto no item 9 do Edital, e elaboradas e apresentadas na forma do **ANEXO VI – Modelo de Proposta de preços, juntamente** com:

- **Declaração de Elaboração Independente de Proposta (ANEXO VIII).**

3. HABILITAÇÃO

Os documentos de habilitação deverão ser dispostos e apresentados conforme o item 11 do Edital, juntamente com:

- **Declaração de Habilitação Exigida (ANEXO VII)**



ANEXO II – TERMO DE REFERÊNCIA

PROCESSO LICITATÓRIO - CONCORRÊNCIA Nº 001/2024 PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 091/2024

1. CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

- 1.1. O presente Termo de Referência tem por objeto a **CONTRATAÇÃO DE 05 (CINCO) AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA DIVULGAÇÃO DOS PROGRAMAS, AÇÕES E CAMPANHAS INSTITUCIONAIS DA CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE (MS)**, conforme condições e exigências estabelecidas neste instrumento.

2. INTRODUÇÃO

- 2.1. Trata-se de prestação de serviço técnico especializado, de cunho intelectual na recepção da demanda, por meio de um *briefing* (situação problema) que irá estabelecer em proposta de atendimento, por meio de uma concepção de resolução a situação problema e apresentando uma estimativa dos custos de criação e produção. Em conformidade com o contido na Lei nº 12.232/2010, alterada pela Lei nº 14.356/2022.
- 2.2. Todo o rito no atendimento e prestação dos serviços estão contidos na Lei nº 4.680/1965 e Lei nº 12.232/2010, alterada pela Lei nº 14.356/2022, sendo contemplado ainda a tabela de valores referenciais do Sindicato das Agências de Propagandas de MS – SINAPRO MS.

3. NORMATIVOS DISCIPLINARES DOS SERVIÇOS

- 3.1. Lei 12.232/2010, alterada pela Lei nº 14.356/2022;
- 3.2. Lei 14.133/2021, subsidiariamente;
- 3.3. Lei 4.680/1964;
- 3.4. Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, previsto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

4. NECESSIDADE DA CONTRAÇÃO

- 4.1. A comunicação do Poder Legislativo Municipal baseia-se no princípio constitucional da publicidade, disposto no §1º do artigo 37 da Constituição Federal, que garante o direito da população e o dever do administrador de divulgar os atos praticados pela Administração, a fim de que os cidadãos possam tomar conhecimento e as providências necessárias ao controle da legalidade, da moralidade e da eficiência das atividades do Estado.
- 4.2. A publicidade dos atos, dos programas, das obras e dos serviços públicos deve ter caráter educativo, informativo ou de orientação social e deve estar vinculada a objetivos sociais e de interesse público, cumprindo a importante função institucional de fortalecimento da cidadania e promoção da transparência e do controle social.
- 4.3. Para tal divulgação se faz necessária a contratação de serviços de publicidade, a serem prestados por intermédio de agências especializadas em publicidade e propaganda, compreendendo um conjunto de atividades necessárias, de cunho técnico e de natureza especializada, quais sejam:
- 4.4. A presente licitação visa aprimorar os dispositivos contratuais constantes das contratações anteriores, de forma a promover maior adequabilidade e segurança operacional à execução dos serviços, mitigando eventuais inconsistências com os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria:



- 4.5. O estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade e propaganda aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover de forma institucional os serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar aos jurisdicionados e ao público em geral;
- 4.6. Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do contrato;
- 4.7. À produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato.
- 4.8. 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.
- 4.9. Com o advento da assinatura do Termo de Parceria Técnica entre Câmara Municipal de Campo Grande, TV Educativa, Governo do Estado de Mato Grosso do Sul e Assembleia Legislativa de Mato Grosso do Sul, a Casa de Leis da Capital precisa estar pronta para atender o volume e as demandas para um canal de TV aberta.
- 4.10. Para desempenhar esse papel de forma adequada e eficaz, observada a legislação em vigor, em especial a Lei nº 12.232/2010, a Câmara necessita aliar as competências de suas equipes internas à expertise de agências de propaganda contratadas por meio de processo licitatório, as quais dispõem dos conhecimentos técnicos, profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores soluções publicitárias às necessidades de comunicação apresentadas, com vistas a contribuir para o atingimento dos objetivos do Governo e a rentabilização dos investimentos e recursos públicos envolvidos no desenvolvimento das ações publicitárias.
- 4.11. Importante pontuar que os serviços objeto deste ETP possuem natureza contínua para esta Casa de Leis, que realiza campanhas para divulgação de publicidade institucional de atos, programas, serviços e campanhas de orientação social e de caráter informativo.
- 4.12. A contratação se dá em função da necessidade de promover novo contrato, tendo em vista o vencimento da contratação anterior.

5. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

- 5.1. Nos termos dos artigos 1º e 4º da Lei nº 12.232/2010, os serviços de publicidade deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento e, de acordo com o §1º do art. 4º, o certificado de qualificação técnica de funcionamento poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), entidade sem fins lucrativos, integrada e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.
- 5.2. O certame de licitação deverá ser organizado em conformidade com os preceitos da Lei nº 12.232/2010, alterada pela Lei nº 14.356/2022 e, no que couber, a Lei nº 14.133/2021. Haverão etapas específicas, com entrega de 5 (cinco) envelopes, sendo o primeiro não identificado (plano de comunicação); o segundo (plano de comunicação) identificado - para possibilitar, em data posterior, a identificação da empresa concorrente -; o terceiro, conjunto de informações da empresa interessada na prestação do objeto a ser contratado; o quarto envelope, a proposta de preço e o quinto, a habilitação, apenas para empresas qualificadas/classificadas.
- 5.3. Não poderão participar desta licitação as empresas em regime de consórcio. Esta decisão resulta de processo de avaliação de mercado, tendo em vista a natureza do objeto a ser licitado e a



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

ponderação dos riscos inerentes à atuação de uma pluralidade de sujeitos associados para a execução do objeto. A ausência de consórcio não trará prejuízos à competitividade do presente certame, tendo em vista a existência de diversas empresas com capacidade de atendimento do objeto e, conforme previsto no edital, a adjudicação se efetivará em favor de 05 (cinco) agências distintas.

- 5.4.** Em havendo empate entre as empresas participantes, aplica-se o contido na Lei 12.232/2010, isto é: classifica-se a participante que obtiver melhor nota em estratégia de comunicação; permanecendo o empate, melhor nota em ideia criativa; permanecendo o empate, raciocínio básico; permanecendo o empate; estratégia de mídia; permanecendo ainda o empate, sorteio.
- 5.5.** A contratação trata de criação, compreensão e elaboração de sugestões estratégicas de comunicação com o público alvo (publicidade). O valor está diretamente relacionado à criação e assessoria na produção. Dessa forma, tem-se utilizado uma indicação de desconto do valor da tabela.
- 5.6.** Para se chegar à empresa que melhor possa atender o contratante, é encaminhado aos participantes o “briefing” de uma necessidade simulada para a administração, podendo inclusive ser utilizada se a empresa vencedora for a mesma.
- 5.7.** O “briefing” aborda uma necessidade e um desafio a serem superados, definindo prazo de veiculação e valor máximo disponível para a campanha simulada.
- 5.8.** A composição dos pontos da Nota Técnica (NT) será composta pela avaliação objetiva do Plano de Comunicação Publicitária, que terá no máximo 70 (setenta) pontos, e do Conjunto de Informações, que terá no máximo 30 (trinta) pontos. Ao final da avaliação, a Subcomissão Técnica irá elaborar a ata com a classificação das empresas, em conformidade com o Edital e a Lei 12.232/2010. A Nota Técnica irá compor a média ponderada para apuração da classificação das empresas, em consonância com o art. 37 da Lei nº 14.133/2021.
- 5.9.** Na apreciação das Propostas Técnicas, a avaliação técnica receberá um máximo de 100 (cem) pontos, distribuídos entre os diversos tópicos de julgamento, conforme disposto na Tabela 01 e nos itens a seguir:

Tabela 1 - Requisitos de Avaliação da Proposta Técnica.

QUESITOS	SUBQUESITOS	PONTOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico	10
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	25
	III. Ideia Criativa	25
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
Subtotal		70
2. Capacidade de Atendimento	I. Capacidade de Atendimento	15
	II. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	15
Subtotal		30
Total (Subtotal 1 + Subtotal 2)		100

- 5.10.** Plano de Comunicação Publicitária - Máximo de 70 (setenta) pontos no total, distribuídos em:



I - Raciocínio básico - máximo de 10 (dez) pontos, relativos a:

- a) Conhecimento das características gerais do cliente;
- b) Conhecimento genérico dos serviços prestados pelo cliente;
- c) Adequada compreensão da linha de atuação específica do cliente, da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Comunicação da Câmara Municipal com seus públicos;
- d) Acuidade de compreensão do papel da Comunicação da Câmara Municipal no atual contexto social, político e econômico.

II - Estratégia de comunicação publicitária - máximo de 25 (vinte e cinco) pontos, relativos a:

- a) Formulação do conceito, da compreensão do tema hipotético ao desenvolvimento do raciocínio que o conduziu;
- b) A formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação;
- c) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;
- d) A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Legislativo Municipal com seus públicos.

III - Ideia criativa - máximo de 25 (vinte e cinco) pontos, relativos a:

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

IV - Estratégia de mídia - máximo de 10 (dez) pontos, relativos a:

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

5.11. Conjunto de Informações – máximo de 30 (trinta) pontos no total, relativos a:

I - Capacidade de Atendimento – máximo de 15 (quinze) pontos, relativos a:

- a) Capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da agência;
- b) Estrutura física e equipamentos necessários à realização dos serviços;
- c) Pertinência da sistemática de atendimento e a adequação dos prazos máximos para a entrega dos serviços, a operacionalidade do relacionamento entre a Comunicação da Câmara Municipal e a licitante, esquematizado na proposta;
- d) Experiência da licitante no atendimento a outros clientes com serviços similares ao objeto deste edital;



II – Repertório - máximo de 15 (quinze) pontos no total, relativos a:

II.1 Relatos de Cases - máximo de 10 (dez) pontos:

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

II.2 Peças Isoladas - máximo de 5 (cinco) pontos

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

6. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

- 6.1. Para julgamento da proposta de preço, será estabelecido o critério de pontos, onde quanto maior for o desconto, oferecido pela empresa participante, maior sua pontuação. A classificação das propostas de preços será feita mediante a aplicação do critério de julgamento do menor preço, aferido pelo maior desconto, conforme em obediência ao inciso IX, do § 4º, do artigo 11, da Lei 12.232/10, considerando um máximo de 100 (cem) pontos.
- 6.2. A remuneração de agência de publicidade possui critérios em legislação vigente e os critérios de redução de valor, com margem de redução aceitável e prevista na legislação.
- 6.3. Adotar-se-ão como referência para o julgamento das propostas os percentuais de desconto previstos na tabela do SINAPRO/MS para a concessão de pontos (ver Tabela 2), em até 60 (sessenta) pontos para a agência que cobrar os menores valores de custos internos com base na Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (um ponto para cada 1% (um por cento) de desconto entre 11% até 30% e mais dois pontos para cada 1% de desconto entre 31 a 50% de desconto, do valor da tabela).
- 6.4. Até 40 (quarenta) pontos para os menores honorários oferecidos sobre o custo orçado junto a fornecedores especializados, na prestação de serviços e de suprimentos externos, nos termos do subitem 3.6.2 das Normas-Padrão (ver Tabela 2).
- 6.5. Não se considerará qualquer oferta de vantagem não prevista no edital, nem preço ou vantagem baseados em ofertas de outras empresas licitantes.
- 6.6. A avaliação da Proposta de Preços será pelo máximo de 100 (cem) pontos. Na avaliação da proposta de preços será atribuída pontuação em seus itens através dos seguintes critérios (Tabela 2):

Tabela 2 - Critérios de pontuação para a avaliação das Propostas de Preços.

a) Desconto sobre os custos internos da tabela referencial de custos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul.		
Percentual de Desconto	Critério	Pontuação Aferida
0 a 10%	0,0 ponto	0
11 a 30%	1% de desconto = 1 ponto	20
31 a 50%	1% de desconto = 2 pontos	40
Subtotal 1		60
b) Honorários por serviços de terceiros – até 40 pontos - 3.6.2. Normas Padrão.		



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

B.2. Remuneração entre 05% a 10% (honorários oferecidos quando a responsabilidade dela se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento) - 3.6.2. Normas Padrão.		
Percentual de Taxa de Cobrança	Critério	Pontuação Aferida
10%	Zero ponto	
9%	5 pontos	
8%	10 pontos	
7%	20 pontos	
6%	30 pontos	
5%	40 pontos	Até 40
Subtotal 2		40
Total de pontos (Subtotal 1 + Subtotal 2)		100

6.7. As Notas da Proposta Técnica (NPT) terão peso 7 (sete) e as Notas Proposta de Preços (NPP) terão peso 3 (três), sendo vencedoras as licitantes que obtiverem as maiores Notas Finais (calculadas através de médias ponderadas), de acordo com a seguinte fórmula:

$$NF = \frac{(7 \times NPT + 3 \times NPP)}{10}$$

Sendo:

NF = Nota Final, média ponderada;

NPT = Nota da Proposta Técnica;

NPP = Nota da Proposta de Preços.

6.8. Serão desclassificadas as propostas que:

- a) Que apresentarem valores superiores aos praticados no mercado e que contenham qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;
- b) Que tenha percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

6.9. O valor estimado é de R\$ 6.416.192,05 (seis milhões, quatrocentos e dezesseis mil, cento e noventa e dois reais e cinco centavos) por ano.

6.10. Deve ser utilizada a tabela de valores do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (SINAPRO-MS) (ANEXO XVI), que contempla todo o custeio das campanhas e serviços publicitários institucionais.

7. DURAÇÃO INICIAL DO CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS:

7.1. A referida contratação terá a vigência inicial de 12 (doze) meses, a contar da data de assinatura do instrumento contratual, com possibilidade de prorrogação até o limite de 10 (dez) anos, nos termos dos arts. 106 e 107 da 14.133/2021.

8. SELEÇÃO INTERNA

8.1. Para o procedimento de seleção interna entre as agências contratadas, a Contratante terá, como



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

objeto de avaliação, propostas de soluções publicitárias de linhas criativas e/ou de estratégias de mídia, de acordo com as necessidades de comunicação estabelecidas.

8.2. A escolha da agência será feita pela Diretoria de Comunicação da Câmara Municipal de Campo Grande – MS, mediante aplicação de um dos critérios abaixo:

8.2.1. A seleção para o desenvolvimento de campanha institucional com valor **inferior** a R\$130.000,00 (cento e trinta mil reais) – já deduzido desse valor o desconto-padrão de agência previsto em contrato – seguirá os seguintes passos:

- Reunião de discussão com a Diretoria de Comunicação da Câmara Municipal de Campo Grande junto às agências, para definir direcionamento de campanha;
- Desenvolvimento de ideia criativa pelas agências;
- Avaliação da Comunicação sobre as propostas apresentadas e escolha de uma ou de todas as agências para criação das peças;
- Para garantir equilíbrio de verba consumida, quando uma das agências estiver com o nível de realização contratual inferior a 10% (dez por cento) do total contratado, poderá a Câmara Municipal selecionar esta agência com menos execução contratual;
- Caso uma das agências esteja com volume de trabalho superior, a Câmara Municipal poderá convocar a outra agência para assumir o trabalho, de forma a viabilizar o atendimento de suas necessidades e dar celeridade ao processo de execução da ação;
- Caso uma das agências não seja escolhida, a mesma abre mão de cobrar por peças desenvolvidas durante processo de ideia criativa da campanha;
- A Câmara poderá escolher agência que já executou ação de publicidade similar anteriormente e que demonstre *expetise* conforme histórico de ações já realizadas, podendo escolher agência com condições mais favoráveis para desenvolver a ação;

8.2.2. A decisão quanto à escolha da proposta será comunicada às agências contratadas, por meio de ofício, pedindo à(s) escolhida(s) o desenvolvimento de peças;

8.2.3. A(s) agência(s) escolhida(s) para o desenvolvimento da ação de publicidade deverá(ão) apresentar solução publicitária através de relatório de forma conjunta (mesmo as agências não tendo sido escolhidas para criação de peça ou peças), para aprovação da Comunicação.

8.2.4. A seleção para o desenvolvimento de campanha institucional com valor **superior** a R\$130.000,00 (cento e trinta mil reais) – já deduzido desse valor o desconto-padrão de agência previsto em contrato – seguirá os seguintes passos:

8.2.4.1. Será realizado um processo interno para a seleção técnica de agência de publicidade.

8.2.4.2. Após reunião, será elaborado um *briefing* técnico pela Diretoria de Comunicação da Câmara Municipal contendo todos os subsídios para que as agências possam elaborar suas propostas de solução para a(s) necessidade(s) da Casa de Leis. Este mesmo *briefing* será repassado em condições iguais para as agências e a data de apresentação e entrega das propostas técnicas será comunicada.

8.2.4.3. O *briefing* será encaminhado às agências, com o prazo, a ordem e a forma de apresentação das propostas.

8.2.4.4. As agências deverão apresentar e entregar o material apresentado na data estipulada, com o descritivo técnico da campanha e as peças apresentadas.

8.2.4.5. O prazo de avaliação e feedback será informado de acordo com a necessidade da Câmara Municipal.



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

8.2.4.6. A metodologia de avaliação das campanhas será composta por quesitos que receberão notas de 0 (zero) a 10 (dez), conforme os pesos a seguir.

- a) Raciocínio Básico (peso 1): o grau de entendimento e compreensão do *briefing*;
- b) Ideia criativa (peso 2): a adequação da proposta ao *briefing*; a interpretação favorável ao conceito da campanha; a adequação da proposta aos públicos-alvo; a originalidade e simplicidade da forma e dos elementos; a contemporaneidade da proposta criativa; a pertinências às atividades da Câmara Municipal; os desdobramentos que permite; a exequibilidade das peças; e a compatibilidade das peças aos meios propostos.

8.2.4.7. O resultado será informado por meio de ofício às agências participantes.

8.2.4.8. Em caso de empate, será selecionada a agência que obtiver a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos Ideia Criativa e Raciocínio Básico. Se ainda assim o empate persistir, será selecionada a agência classificada em 1º lugar na licitação que definiu a contratação.

8.2.4.9. Independentemente do valor, e mediante justificativa prévia, o critério de seleção especificado no item 8.2.4 não será adotado quando:

- a) A ação decorrer de iniciativa de uma das agências de publicidade e for de interesse da Câmara Municipal;
- b) Quando a Câmara Municipal decidir dar continuidade a campanha já existente;
- c) Experiência temática no caso de o trabalho abordar um tema sobre o qual a Câmara Municipal avalia tecnicamente que uma das agências possui maior experiência e domínio sobre o mesmo, esta será selecionada para assumir o trabalho.

8.2.5. Não caberá às agências participantes a apresentação de recurso da decisão.

8.2.6. Toda documentação relacionada ao procedimento de seleção será mantida pela Comunicação em arquivo próprio.

8.2.7. Este procedimento terá vigência atrelado a toda a duração do contrato, incluindo seus aditivos de prorrogação, podendo ser revisto a qualquer momento pela Câmara Municipal.

9. REMUNERAÇÃO DAS AGÊNCIAS

9.1. A forma de remuneração para os serviços de publicidade é regulamentada pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, cuja legalidade é garantida pelo art. 7º do Decreto Federal nº 57.690/66, no qual estipula como referência para o pagamento de honorários e reembolso das despesas a regras constantes nas Normas-Padrão de Atividade Publicitária editadas pelo CENP.

9.2. A remuneração das agências de publicidade é realizada por meio do reembolso de seus custos internos e pelo pagamento de honorários sobre os valores orçados junto a fornecedores especializados, quando não geram veiculação.

9.3. Pelas normas-padrão, o custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria agência, será calculado com base em parâmetros referenciais estabelecidos pelo sindicato da base territorial onde a agência estiver localizada e não será acrescido de honorários nem de quaisquer encargos.

9.4. Para as contratações da Câmara Municipal de Campo Grande - MS, entende-se que o sindicato adequado para referenciar os preços dos custos dos serviços internos é o Sindicato das Agências de Propaganda do Mato Grosso do Sul – SINAPRO/MS.

9.5. Além dos custos internos e dos honorários, quando a execução do contrato envolver veiculação



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

em mídias, a agência contratada recebe dos veículos - com fundamento legal no art. 11 da Lei nº 4.680/65 e art. 11 do Decreto 57.690/66, bem como o art. 19 da Lei 12.232/10 - o “desconto padrão de agência”, em valores da ordem de 20% (vinte por cento) do total da verba utilizada na veiculação.

- 9.6.** Com relação ao Desconto Padrão de Agência, consta das normas editadas pelo CENP a possibilidade de repasse de parcela deste valor para o anunciante. Para fins da contratação pretendida o valor desse repasse deverá observar os limites estabelecidos no Anexo B das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, conforme Tabela 3, abaixo:

Tabela 3 - Desconto Padrão de Agência. Fonte: Normas Padrão da Atividade Publicitária - ANEXO B.

INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA	PARCELA DO INVESTIMENTO BRUTO “DESCONTO PADRÃO DE AGÊNCIA” A REVERTER AO ANUNCIANTE
Até R\$ 2.500.000,00	Nihil
De R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00	Até 2% (dois por cento) do investimento bruto
De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00	Até 3% (três por cento) do investimento bruto
De R\$ 25.000.000,01 em diante	Até 5% (cinco por cento) do investimento bruto

- 9.7.** Portanto, as formas de remuneração definida para os serviços que se pretende contratar, e pelas quais as agências contratadas farão jus, são:

- a) Honorários, com percentual fixo, sobre os custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados, quando não geram veiculação, fundamentado no § 1º art. 4º da Lei 12.232
- b) Custos internos de agência baseados na tabela de preços do SINAPRO – Sindicato das Agências de Propaganda do Mato Grosso do Sul, autorizado pelo inciso V do Art. 6º da Lei 12.232, com desconto sobre os valores da tabela estabelecidos na proposta de preços, e;
- c) Desconto Padrão de Agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta da Contratante, sobre o valor de tabela dos veículos, nos termos dos Artigos 15 e 19 da Lei 12.232/2010.

10. DOS RESULTADOS

- 10.1.** Ao término do certame licitatório, pretende-se ter 5 (cinco) agências com certificado do CENP em condições de assinar o contrato de fornecimento. Com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, a Câmara Municipal pretende desempenhar, com maior eficiência, sua atribuição de orientar, assim como concretizar seu objetivo estratégico de relacionamento e comunicação com a sociedade.

- 10.2.** Ressalta-se que a expertise das agências contratadas, com profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores e mais inovadoras soluções publicitárias para apoiar a atuação da Câmara Municipal, aliada com as dinâmicas de execução dos serviços previstas no instrumento contratual, possibilitam maior celeridade ao desenvolvimento da publicidade e, conseqüentemente, melhor atendimento das necessidades de comunicação da CMCG, no enfrentamento dos desafios institucionais vivenciados no dia a dia.

- 10.3.** A tempestividade decorre do fato de que as agências de publicidade se tornam responsáveis pela intermediação e supervisão da contratação corriqueira de fornecedores especializados para produção e execução das peças e materiais publicitários desenvolvidos no decorrer da execução contratual, bem como para a contratação dos inúmeros veículos de comunicação e divulgação



utilizados para disseminação das mensagens

10.4. Dessa forma, a CMCG prioriza o atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos para cada campanha, buscando atingir o maior número de pessoas possível, com as mensagens mais adequadas, com vistas a concorrer pela atenção e pelo entendimento do cidadão, frente ao imenso volume de conteúdos divulgados pela iniciativa privada e dos espaços publicitários exíguos.

10.5. Além de caracterizar um direito do cidadão e um dever da administração, seja ela direta ou indireta, em divulgar seus atos, medidas e a destinação dos recursos públicos, a publicidade cumpre ainda o importante papel de orientar, educar e mobilizar a população para que a mesma possa usufruir dos serviços colocados à sua disposição ou adotar posturas positivas que tragam benefícios reais para a sua vida.

10.6. Dessa forma, com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de publicidade, a CMCG pretende agregar maior adequabilidade, qualidade e eficiência ao processo de implementação da política de comunicação, trazendo maior transparência aos atos de gestão, além de contribuir para maior efetividade do exercício da cidadania pela população.

11. DECLARAÇÃO DA VIABILIDADE OU NÃO DA CONTRATAÇÃO

11.1. A 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 externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral - é viável do ponto de vista técnico, operacional e orçamentário, condicionada ao atendimento das premissas descritas neste documento, observada a Análise de Riscos.

12. DA EXECUÇÃO DO OBJETO

12.1. As condições de execução do objeto estão definidas na minuta do instrumento contratual (Anexo VIII).

13. DO MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

13.1. A contratação deverá ser executada fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas em instrumento contratual, conforme minuta disposta no ANEXO VIII – Minuta de Contrato, sendo que cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

13.1.1. Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão da contratação, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante simples apostila.

13.2. As comunicações entre o órgão e o fornecedor devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

13.3. O órgão poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

Preposto

13.4. A Contratada designará formalmente o preposto da empresa, antes do início da prestação dos serviços, indicando no instrumento os poderes e deveres em relação à execução do objeto contratado.



13.5. A Contratante poderá recusar, desde que justificadamente, a indicação ou a manutenção do preposto da empresa, hipótese em que a Contratada designará outro para o exercício da atividade.

Fiscalização

13.6. As condições de fiscalização do objeto estão definidas na minuta do instrumento contratual (Anexo VIII).

Gestor do Contrato

13.7. Conforme Ato da Mesa Diretora da Câmara Municipal de Campo Grande n. 299, de 2024, caberá ao gestor do contrato e, nos seus afastamentos e seus impedimentos legais, ao seu substituto, em especial:

13.7.1. coordenar as atividades relacionadas à fiscalização técnica;

13.7.2. acompanhar os registros realizados pelos fiscais do contrato das ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, e informar à autoridade superior aquelas que ultrapassarem a sua competência;

13.7.3. acompanhar a manutenção das condições de habilitação do contratado, para fins de empenho de despesa e de pagamento, e anotar os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais;

13.7.4. coordenar a rotina de acompanhamento e de fiscalização do contrato, cujo histórico de gerenciamento deverá conter todos os registros formais da execução, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, e elaborar relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração;

13.7.5. coordenar os atos preparatórios à instrução processual e ao envio da documentação pertinente ao setor de contratos;

13.7.6. elaborar o relatório final de que trata a alínea "d" do inciso VI do § 3º do art. 174 da Lei nº 14.133, de 2021, com as informações obtidas durante a execução do contrato;

13.7.7. coordenar a atualização contínua do relatório de riscos durante a gestão do contrato, com apoio dos fiscais técnicos;

13.7.8. emitir documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado em indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, a constarem do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações conforme disposto em regulamento;

13.7.9. realizar o recebimento definitivo do objeto do contrato, mediante termo detalhado que comprove o atendimento das exigências contratuais;

13.7.10. tomar providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, ou pelo agente ou pelo setor competente para tal, conforme o caso;

13.7.11. realizar tarefas relacionadas ao controle dos prazos relacionados ao contrato e à formalização de apostilamentos e de termos aditivos, ao acompanhamento do empenho e do pagamento e ao acompanhamento de garantias e glosas;

13.7.12. verificar a manutenção das condições de habilitação da contratada, com a



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

solicitação dos documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário;

13.7.13. examinar a regularidade no recolhimento das contribuições fiscais, trabalhistas e previdenciárias e, na hipótese de descumprimento; e

13.7.14. atuar tempestivamente na solução de eventuais problemas relacionados ao descumprimento das obrigações contratuais, tomando as providências cabíveis.

14. DO PAGAMENTO

14.1. As condições do pagamento do objeto estão definidas na minuta do instrumento contratual (Anexo VIII).

15. CONSIDERAÇÕES FINAIS

15.1. A referida contratação, após a devida autorização, deverá possuir adequação orçamentária e financeira.

Campo Grande (MS), 17 de junho de 2024.

Vitor Yoshihara Matoso de Oliveira
Diretor de Comunicação



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

ANEXO III – CARTA DE CREDENCIAMENTO

PROCESSO LICITATÓRIO - CONCORRÊNCIA N° 001/2024
PROCESSO ADMINISTRATIVO N° 091/2024

Processo Administrativo n°. 091/2024

OBJETO: Representação na Licitação promovida pela Câmara Municipal de Campo Grande - MS

CONCORRÊNCIA PÚBLICA n° 001/2024.

Por meio da presente carta, credenciamos o(a) Sr.(a),
portador (a) da Cédula de Identidade n°. e CPF..... a
participar do Procedimento Licitatório instaurado pela Câmara Municipal de Campo Grande - MS, na
modalidade Concorrência Pública n°. 001/2024, na qualidade de REPRESENTANTE LEGAL, outorgando-
lhe poderes para pronunciar-se em nome da Empresa
....., CNPJ, bem como retirar
editais, apresentar Propostas e Documentos de Habilitação, participar de sessões públicas de abertura dessas
Propostas e Documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor
recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e praticar todos os
demais atos inerentes ao certame.

.....,de de 2024.

OUTORGANTE

Carimbo/CNPJ e assinatura do Representante Legal da empresa
Identificação do Cargo/Função do Firmatário.



ANEXO IV – BRIEFING

PROCESSO LICITATÓRIO - CONCORRÊNCIA N° 001/2024 PROCESSO ADMINISTRATIVO N° 091/2024

A palavra “POLÍTICA” faz menção a tudo que está vinculado ao Estado e sua administração, mas definições modernas defendem que política é meramente o exercício do poder.

É o nome que se dá para a capacidade do ser humano de criar diretrizes com o objetivo de organizar seu modo de vida e tem o objetivo final de administrar o patrimônio público e promover o bem público, isto é, o bem de todos.

Para o ato de governar, uma característica fundamental é a capacidade de mediar conflitos entre as pessoas. Sendo assim, o político deve conduzir sua gestão de forma a mediar os conflitos existentes na sociedade de forma a encontrar uma saída que seja boa para todos.

A **Câmara Municipal de Campo Grande** é a sede do Poder Legislativo no município e desempenha um papel fundamental na política, de um país democrático, na defesa dos direitos dos cidadãos, fiscalizando as ações do Poder Executivo, garantindo que este atue dentro dos limites legais e em conformidade com os interesses da população.

A Câmara Municipal tem funções institucional, legislativa, fiscalizadora, julgadora, administrativa, integrativa e de assessoramento que serão exercidas com independência e harmonia em relação ao Executivo Municipal.

A **POLÍTICA**, muitas vezes, é vista com desconfiança e descrença por parte da população, devido a uma série de estereótipos e concepções equivocadas. Queremos promover uma compreensão mais clara e realista do TRABALHO POLÍTICO da Casa de Leis para nossa sociedade, desmitificar os mitos e destacar a importância do engajamento cívico.

OBJETIVOS E DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO:

A campanha deve promover a desconstrução de preconceitos e estereótipos que possam existir em relação à Casa de Leis, promovendo uma imagem mais INCLUSIVA, TRANSPARENTE e DEMOCRÁTICA do ambiente legislativo, precisando abordar os seguintes aspectos:

- Identificação e sensibilização sobre os preconceitos existentes em relação à Casa de Leis.
- Educação e conscientização sobre a importância da representatividade na política.
- Destacar os valores democráticos e respeito mútuo no ambiente legislativo.
- Incentivar a participação cidadã e o engajamento com as atividades da Casa de Leis.

PÚBLICO-ALVO: Cidadãos da cidade de Campo Grande (MS).

PERÍODO DA CAMPANHA: 01 a 31 de agosto de 2024.

VERBA: R\$ 800.000,00 (Quinhentos mil reais).



ANEXO V – CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA

PROCESSO LICITATÓRIO - CONCORRÊNCIA N° 001/2024 PROCESSO ADMINISTRATIVO N° 091/2024

1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA – INVÓLUCRO N° 01

1.1. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no Briefing – Anexo IV e nas orientações deste Edital, observadas especialmente as seguintes previsões:

I – formatação realizada conforme subitens 1.1.5 a 1.1.9;

II – elaboração em 02 (duas) vias, quais sejam:

a) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;

O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite, por si só, a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro n. 2.

b) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa a que se refere o subitem 1.2.3.2. – e conter a identificação da licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

1.1.1. Raciocínio Básico é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de texto no qual a licitante demonstrará o entendimento sobre a Câmara Municipal de Campo Grande e fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da instituição e sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.

1.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de texto no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expressos no briefing, compreendendo:

I. explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

II. explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.



1.1.3. Ideia Criativa é um subquesto por meio do qual a licitante apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.

1.1.3.1. A licitante deverá apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, com comentários sobre cada peça e ou material (máximo de 5 (cinco) linhas por item explicando a função tática).

1.1.3.2. Os textos estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e/ou material, conforme mencionado no item 1.1.3.1.

1.1.3.2.1 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e/ou material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente', conforme estabelecido no subitem 1.1.3.3, a relação prevista no subitem 1.1.3.1 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

1.1.3.3. Da relação de peças e ou material, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes orientações:

I. Serem apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, leiaute e ou storyboard impressos, para qualquer meio; ou
- b) protótipo ou "monstro" para peças destinadas a rádio e internet; ou
- c) storyboard animado ou animatic, para TV e cinema.

II. Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, observadas as seguintes regras:

- a) Cada redução e ou variação de formato será considerada como uma peça;
- b) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;
- d) Um hot site e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
- e) Um filme e o hot site em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) Um banner e o hot site para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

1.1.3.3.1. Não serão aceitos exemplos de peças e/ou material finalizados e/ou apresentados sob a forma de "bonecos". A licitante poderá apresentar o exemplo de peça sob a forma de "mock up", aplicação da peça, desde que preservada a capacidade de leitura e/ou identificação de seus elementos.

1.1.3.3.2. Para a produção dos exemplos de peças ou material não serão aceitas capturas de vídeo.



1.1.3.3.3. Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução.

1.1.3.3.4. Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) formatada conforme previsão do subitem 1.2.5., VIII, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem 1.2.3.1.

1.1.3.3.5. Os storyboards animados, animatics, protótipos e monstros deverão ser apresentados em DVD/CD, gravados em DVDs/CDs individuais ou de forma conjunta em um único DVD/CD, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

- I. storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov. wmv, mpeg, vob;
- II. protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;
- III. protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

1.1.3.3.6. Os exemplos de peças e ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro n. 1, observado o disposto no 1.1.3.1.

1.1.3.3.7. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro n. 1 poderão ser dobradas.

1.1.3.3.8. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido – desde que não prejudique sua leitura- sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou passe-partout, inclusive em caso de DVD/CD.

1.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia é um sub quesito que deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e ou planilhas nos quais deverá ser apresentada:

- I. justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante e em função da verba referencial indicada no briefing.
- II. simulação do plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material constantes da relação prevista no subitem 1.2.3.1.

1.1.4.1. Da simulação do plano de distribuição deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- I – período de distribuição das peças e ou material;
- II – quantidades de inserções diárias das peças em veículos de divulgação (especificar horários e/ou programas conforme tabela dos veículos);
- III – valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- IV – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;



V – quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;

VI – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia:

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

1.1.4.3. A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:

I – os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;

II – deve ser desconsiderado o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65;

III – devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

IV – Especificamente para o planejamento de mídias digitais e inovadoras, com destaque para uso da internet e redes sociais, valerão também as tabelas vigentes com valor bruto (portais, blogs, entre outros) e no caso de impulsionamento para as redes sociais, ficará a critério das licitantes, caso inclua tal ação em seu planejamento, sugerir valores com base nos dados transmitidos pelo briefing.

1.1.5. O caderno específico que compõe o Plano de Comunicação Publicitária deverá observar a seguinte formatação:

I – Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;

II – capa e contracapa em papel sulfite A4 branco, com 90 g/m², ambas em branco.

III – conteúdo impresso em papel sulfite A4, branco, com 90 g/m², orientação retrato;

IV – espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

V – títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

VI – espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, duplo após título e entretítulos e entre parágrafos;

VII – alinhamento justificado do texto.

VIII – texto e numeração de páginas em fonte “arial”, cor automático, tamanho 12 Pontos;

IX – numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, do lado direito, no canto inferior de cada página.

1.1.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e ou material prevista no subitem 1.2.3.1. estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.



1.1.6.1. Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e não Mídia estão limitados a 20 (vinte) páginas.

1.1.7. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados em formato sulfite A4 ou A3, em papel 90 g/m².

I. separadamente (soltas) do caderno de que trata o subitem 1.2.5.;

II. adequados às dimensões do invólucro n. 1, cabendo à licitante observar o disposto no subitem 6.2.1.3 do Edital.

1.1.8 As tabelas e gráficos integrantes dos subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:

I – ser editados em cores;

II – ter seu conteúdo editado com a fonte “arial”, em tamanho usualmente utilizado;

III – ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) páginas para efeito do subitem 1.2.6.

1.1.9 As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquestos Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

I – ser editados em cores;

II – ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;

III – ser apresentados em papel A3 dobrado, onde serão consideradas 2 (duas) páginas para efeito do subitem 1.1.6.1. **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA – INVÓLUCRO nº 02**

1.2. O Plano de Comunicação Publicitária, **INCLUSIVE** as peças ilustrativas da “Ideia Criativa”, deverá ser constituído de uma simples 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 comprovados.

2. CONJUNTO DE INFORMAÇÕES - INVÓLUCRO nº 03

2.1 Capacidade de Atendimento - A Capacidade de Atendimento da licitante deverá ser constituída por caderno específico composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos, e ou outros recursos, por meio da qual a licitante discriminará:

I – A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

II – a quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de: atendimento; estudo e planejamento, criação (redação e arte); produção gráfica e de rádio, TV, cinema e internet; e mídia.



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

a) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais.

b) Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da Câmara Municipal de Campo Grande.

III – as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.

IV – a sistemática de atendimento e os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

V – a relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da contratante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

2.1.1 Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 6.3. deverão ser formatados em orientação retrato, em formato sulfite A4 ou A3 (dobrado e computado como duas páginas sulfite A4), em papel com gramatura 90 g/m², com ou sem o uso de cores, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, do lado direito e no canto inferior de cada página, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos. Em caso de documento assinado digitalmente, deverá estar de acordo com o item 5.11 do edital.

2.1.2 A Capacidade de Atendimento está limitada a no máximo 30 (trinta) páginas.

2.2 Repertório - O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, agrupados em caderno específico.

2.2.1 No caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 6 (seis) peças e ou material, produzidas para clientes diferentes (sendo uma para cada: out of home; TV; rádio; banner para internet; peça para rede social; e jornal ou revista), observado o seguinte:

I – As peças e ou material devem ter sido veiculados em campanhas distintas das apresentadas nos cases;

II – As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD/CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas), gravadas em DVDs/CDs individuais ou de forma conjunta em um único DVD/CD.

III – As peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas).

a) Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

IV – As peças e ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Câmara Municipal de Campo Grande seja ou tenha sido signatária;

V – formatação na orientação retrato, em fonte “arial”, tamanho”12 pontos”, com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, do lado direito, no canto inferior



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

de cada página, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos. Em caso de documento assinado digitalmente, deverá estar de acordo com o item 5.11 do edital.

VI – impressão em formato sulfite A4 ou A3, em papel 90 g/m², preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação das dimensões originais das peças neles contidas.

2.2.1.1 Para cada peça e ou material previstos no subitem 2.2, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação e menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça, limitado a 10 (dez) linhas.

2.2.1.2 A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido no subitem 2.2 implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

2.2.1.2.1 A proporcionalidade a que se refere o subitem 2.2.1.2 será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no item 8 do Edital.

2.2.2 Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

2.3 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - A licitante deverá apresentar, em caderno específico, 4 (quatro) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, de clientes distintos, em que serão descritas soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes ou ex-clientes.

2.3.1 A apresentação de quantidade de relatos menor que 4 (quatro) no caderno específico implica, para este quesito, pontuação média proporcional à pontuação máxima prevista no subitem item 8 do Edital.

2.3.2 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes ou ex-clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Câmara Municipal de Campo Grande seja ou tenha sido signatária.

2.3.2.1 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.

2.3.2.2 Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função.

2.3.3 Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material – não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 2.3, devendo ser de meios diferentes, entre TV; rádio; jornal ou revista; out of home; ou internet:

I – As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD/CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas), gravadas em DVDs/CDs individuais ou de forma conjunta em um único DVD/CD para cada relato.

II – As peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 2.3, ou ser apresentadas separadamente (soltas), preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais: Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

III – Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

2.3.4 Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 2.3 deverão ser formatados em orientação retrato, em papel sulfite A4, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial” tamanho “12 pontos”, gramatura 90 g/m², em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos. Em caso de documento assinado digitalmente, deverá estar de acordo com o item 5.11 do edital.

2.3.4.1. Qualquer página com os documentos e informações do caderno específico poderá ser editada em papel A3 dobrado, caso em que, para fins do limite previsto no subitem 2.3, o papel A3 será computado como duas páginas de papel sulfite A4, podendo ser em formato retrato ou paisagem.



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

ANEXO VI – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

**PROCESSO LICITATÓRIO - CONCORRÊNCIA N° 001/2024
PROCESSO ADMINISTRATIVO N° 091/2024**

À
COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO
A/C Sr. Presidente
Ref.: Concorrência n° 001/2024

Em cumprimento ao que prescreve o item 9 do Edital, utilizamo-nos da presente para submeter à apreciação de V.Sas. os percentuais abaixo discriminados, dentro da política de preço para os Serviços, necessários para a análise e julgamento da Proposta de Preço:

Declaramos que durante a vigência do contrato será adotado a seguinte política de preços para os serviços descritos:

- a) Desconto de ____% (.....) sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (SINAPRO/MS) - tendo como limite do edital o máximo de 50% (cinquenta por cento);
- b) Honorários, com percentual fixado em ____% (.....), sobre os custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a terceiros, fornecedores especializados, quando não geram veiculação, e desde que decorrentes do estudo ou de criação intelectual da Agência contratada.

-
- Esta proposta tem validade pelo prazo de, no mínimo, 120 (cento e vinte) dias, contados da data prevista no preâmbulo do Edital para abertura da licitação.
 - Fica estabelecido que o preço proposto compreende a cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.
 - O desconto de agência ou honorários de mídia será pago à agência que intermediar a compra de espaço/tempo publicitários, pelos Veículos de Comunicação, na base de 20% sobre o valor da mídia efetivamente negociada, sendo que o Veículo emitirá sua fatura contra a Câmara Municipal de Campo Grande - MS, referente à chamada “parte líquida”, correspondente a 80% do valor da mídia, e agência emitirá sua nota-fiscal com dedução do repasse previsto no item 9.5 do edital.
 - Obrigamo-nos, caso nos seja adjudicado o objeto da licitação em causa, a comparecer na data, horário e local estabelecido pela Comissão de Contratação, para proceder à assinatura do Contrato.

Atenciosamente,

(Local e Data).....

(Nome do representante legal da empresa)
Carimbo do CNPJ da empresa



ANEXO VII – DECLARAÇÃO DE HABILITAÇÃO EXIGIDA

PROCESSO LICITATÓRIO - CONCORRÊNCIA N° 001/2024 PROCESSO ADMINISTRATIVO N° 091/2024

NOME EMPRESARIAL DA LICITANTE, inscrita no CNPJ n° _____, sediada na Rua _____, n. _____, na Cidade de _____, Estado do _____, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr(a) _____, infra-assinado, portador(a) do RG n° _____, Órgão Expedidor _____ e do CPF n° _____, visando atender aos requisitos de habilitação do presente certame, **DECLARA**, expressamente e sob as penas da lei, que:

- a. **Está ciente e concorda** com todas as condições estabelecidas no Edital e seus anexos, bem como cumpre plenamente os requisitos de habilitação, estando a proposta em conformidade com as exigências do presente Edital e seus anexos, tendo sido elaborada de forma independente;
- b. **Não foi declarado o impedimento de participação ou a inidoneidade para licitar com a Administração Pública**, nos termos dos incisos III e IV, Art. 156, da Lei n. 14.133/2021 e suas alterações, e que até a presente data **inexistem fatos impeditivos para sua habilitação no presente processo licitatório**, bem como que comunicará **qualquer fato e/ou evento superveniente à expedição do presente documento** que venha a alterar sua atual situação quanto às capacidades jurídica, técnica, regulamentar fiscal e econômico-financeira;
- c. Em cumprimento ao inciso XXXIII, do art. 7º da Constituição Federal, **não possui em seu quadro funcional**, pessoas menores de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e, de 16 (dezesesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir dos 14 (quatorze) anos;
- d. Em cumprimento aos incisos III e IV do art. 1º e inciso III do art. 5º da Constituição Federal, **não possui empregados executando trabalho degradante ou forçado**;
- e. **Cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social**, previstas em lei e em outras normas específicas;
- f. Não possui como Sócio Majoritário, Administrador, Dirigente, Diretor, Representante, Procurador e/ou Responsável Técnico, **Servidor do Quadro Permanente ou Comissionado** na Câmara Municipal de Campo Grande (MS);
- g. Não possui como Sócio Majoritário, Administrador, Dirigente, Diretor, Representante, Procurador e/ou Responsável Técnico, **Cônjuge, Companheiro (a), Ascendente, Descendente e/ou Colateral, até o terceiro grau, por consanguinidade ou afinidade**, de Servidor do Quadro Permanente ou Comissionado da Câmara Municipal de Campo Grande (MS);
- h. Recebeu os documentos e tomou conhecimento de todas as informações condições locais para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;
- i. Todos os custos operacionais, incidências fiscais, encargos financeiros, previdenciários, trabalhistas, tributários, comerciais e quaisquer outros que incidam direta ou indiretamente no fornecimento, entrega e instalação do objeto, incluindo eventual diferença de ICMS, correrão às suas expensas;

Declara sob as penas da lei, que tem disponibilidade de todo o pessoal técnico especializado, durante toda a execução do contrato, necessários e essenciais para o fiel cumprimento do objeto desta licitação, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores;



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

- j.** Declaramos também, que em cumprimento à Lei Municipal nº 2.500 de 04.07.88, a empresa está em conformidade com as legislações relativas ao Vale Transporte.
- k.** Declara que, no prazo de 30 (trinta) dias corridos, após a assinatura do instrumento contratual, apresentará relação da estrutura física, em Campo Grande-MS, e respectiva equipe técnica capaz de cumprir integralmente as obrigações decorrentes do objeto licitado, compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE.

Por ser expressão da verdade, firmamos a presente.

(Local e Data) _____, _____ de _____ de _____.

(Representante Legal da Licitante)
(Papel timbrado e/ou carimbo padronizado do CNPJ)



ANEXO VIII – DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA

Instrução Normativa nº 02, de 16 de setembro de 2009

PROCESSO LICITATÓRIO - CONCORRÊNCIA Nº 001/2024

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 091/2024

(RAZÃO SOCIAL) _____, CNPJ nº _____, sediada na (Endereço) _____ por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr.(a) _____, infra-assinado, portador(a) do RG nº _____, Órgão Expedidor _____ e do CPF nº _____, DECLARA, para fins do disposto no Edital da presente Licitação, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

(a) as propostas apresentadas para participar da presente Licitação foram elaboradas de maneira independente pela licitante, e o conteúdo das propostas não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato da presente Licitação, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

(b) a intenção de apresentar as propostas elaboradas para participar da presente Licitação não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da presente Licitação, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

(c) não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato da presente Licitação quanto a participar ou não da referida licitação;

(d) o conteúdo das propostas apresentadas para participar da presente Licitação não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato da presente Licitação antes da adjudicação do objeto da referida licitação;

(e) o conteúdo das propostas apresentadas para participar da presente Licitação não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do órgão licitante antes da abertura oficial das propostas; e

(f) está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

(Local e Data) _____, _____ de _____ de _____.

(Representante Legal da Licitante)
(Papel timbrado e/ou carimbo do CNPJ)



ANEXO IX - MINUTA DE CONTRATO
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 091/2024
PROCESSO LICITATÓRIO - CONCORRÊNCIA Nº 001/2024

A **CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE (MS)**, pessoa jurídica de direito público interno, com sede na Rua Ricardo Brandão, n. 1.600, Bairro Jatiuka Park, nesta Capital, inscrita no CNPJ/MF sob nº 03.514.106/0001-00, denominada de **CONTRATANTE**, neste ato representada pelo seu Presidente, o Exmo. Sr. **CARLOS AUGUSTO BORGES** nacionalidade, estado civil, profissão, portador da cédula de identidade RG nº XXX - SSP/XX, inscrito no CPF nº XXX, residente e domiciliado nesta Capital, e as empresas **NOME EMPRESARIAL**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob nº XXX, Inscrição Estadual e/ou Municipal nº XXX, com sede na Rua (endereço completo), neste ato representada pelo Sr. **NOME DO REPRESENTANTE**, nacionalidade, estado civil, profissão, portador do RG nº XXXX – SSP/XX, inscrito no CPF nº XXX, residente e domiciliado na Rua (endereço completo), **NOME EMPRESARIAL**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob nº XXX, Inscrição Estadual e/ou Municipal nº XXX, com sede na Rua (endereço completo), neste ato representada pelo Sr. **NOME DO REPRESENTANTE**, nacionalidade, estado civil, profissão, portador do RG nº XXXX – SSP/XX, inscrito no CPF nº XXX, residente e domiciliado na Rua (endereço completo), **NOME EMPRESARIAL**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob nº XXX, Inscrição Estadual e/ou Municipal nº XXX, com sede na Rua (endereço completo), neste ato representada pelo Sr. **NOME DO REPRESENTANTE**, nacionalidade, estado civil, profissão, portador do RG nº XXXX – SSP/XX, inscrito no CPF nº XXX, residente e domiciliado na Rua (endereço completo), **NOME EMPRESARIAL**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob nº XXX, Inscrição Estadual e/ou Municipal nº XXX, com sede na Rua (endereço completo), neste ato representada pelo Sr. **NOME DO REPRESENTANTE**, nacionalidade, estado civil, profissão, portador do RG nº XXXX – SSP/XX, inscrito no CPF nº XXX, residente e domiciliado na Rua (endereço completo), denominadas de **CONTRATADAS**, em conformidade com o disposto na Lei nº 12.232, de 29.04.10, e, de forma complementar, na Lei nº 14.133/2021 e alterações posteriores, na Lei nº 4.680 de 18/06/1965; no Decreto n.º 57.690 de 01/02/1966 e alterações posteriores, e demais legislações pertinentes, firmam o presente contrato com as seguintes cláusulas:

1. CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO

1.1 Constitui objeto deste contrato a 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 externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir idéias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, em conformidade com as especificações constantes no edital da Concorrência n. 001/2024 e seus anexos.

1.2 Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução deste contrato;
- b) À produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito deste contrato;
- c) 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, como, por exemplo, redes sociais.

1.3 As **CONTRATADAS** atuarão por ordem e conta da **CONTRATANTE**, em conformidade com o art.



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

3º da Lei nº 4.680/65, na contratação de:

- a) Veículos e outros meios de divulgação para compra de tempo e espaços publicitários, sem qualquer restrição de mídia;
- b) Fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução das peças, campanhas e demais materiais conexos.

2. CLÁUSULA SEGUNDA – DA VIGÊNCIA

- 2.1. O prazo de vigência deste contrato é de 12 (doze) meses, com início na data de xx/xx/xx e encerramento em xx/xx/xx, podendo ser prorrogado no interesse das partes e na forma dos arts. 106 e 107 da Lei 14.133/2021.
- 2.2. As prorrogações serão formalizadas por meio de Termo Aditivo e publicadas na Imprensa Oficial.

3. CLÁUSULA TERCEIRA – DO VALOR

- 3.1 O valor global deste contrato é de R\$ xxxx (valor por extenso).
- 3.2 A CONTRATANTE reserva-se ao direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade do valor contratado.
- 3.3 Será assegurado, a cada uma das agências adjudicatárias, um percentual mínimo de 10% (dez por cento) do valor da contratação para a execução dos serviços que compõem o objeto do certame.
- 3.4 As despesas oriundas deste contrato correrão à conta da seguinte dotação orçamentária: 3.3.90.39-88 – Serviços de Publicidade e Propaganda.

4. CLÁUSULA QUARTA – DO REAJUSTE

- 4.1. Durante a vigência do contrato os preços serão fixos e irrevogáveis.
- 4.2. Decorridos 12 (doze) meses da vigência do contrato, poderá haver reajuste anual pelo índice IPCA/IBGE.

5. CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DAS CONTRATADAS

5.1 Constituem obrigações das CONTRATADAS, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

5.1.1 Operarem como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2 Comprovarem, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, em Campo Grande (MS), estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:

- Profissional na área de atendimento;
- Profissional na área de planejamento;
- Profissional na área de criação;
- Profissional nas áreas de produção impressa e eletrônica;
- Profissional na área de mídia.

5.1.3 Utilizarem, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à CONTRATANTE.

5.1.4 Executarem, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

5.1.5 Empenhem esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas.

5.1.5.1 O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar o compromisso antes do prazo estipulado.

5.1.5.2 Serão transferidas a CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo

5.1.6 O fornecimento dos serviços especializados à CONTRATANTE deverá observar as seguintes condições:

5.1.6.1 Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços especializados a serem realizados pelos fornecedores.

5.1.6.2 Apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores de serviços especializados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

5.1.6.3 Exigir dos fornecedores que constem da cotação de serviços especializados o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitário e total.

5.1.6.4 Apresentar, juntamente com a cotação, comprovantes de que o fornecedor está inscrito em atividade no CNPJ ou no CPF, bem como no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

5.1.6.5 AS CONTRATADAS coletarão orçamentos dos fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada pela CONTRATANTE, quando o fornecimento do bem ou serviço tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor total do Contrato.

5.1.6.6 Caso o fornecimento seja igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto no art. 75, II da Lei 14.133/2021, a CONTRATADA está dispensada do procedimento previsto no subitem 5.1.6.5 deste Contrato.

5.1.6.7 O fornecimento de bens ou serviços especializados exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo de fornecimento pretendido.

5.1.6.8 Responder perante a CONTRATANTE e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de omissão na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste contrato.

5.1.6.9 Responsabilizarem-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a



CONTRATANTE.

5.1.6.10 Obterem a aprovação prévia e expressa da CONTRATANTE para autorizar despesas com produção, veiculação ou qualquer outra relacionada com este Contrato.

5.1.7 A contratação de serviços ou compra de material em empresas em que a CONTRATADA ou seus empregados tenham, direta ou indiretamente, participação societária ou qualquer vínculo comercial somente poderá ser realizada após comunicar à CONTRATANTE este vínculo e obter sua aprovação.

5.1.8 Entregarem à CONTRATANTE, até o dia 05 do mês subsequente, um relatório de despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, este com os dados mais relevantes para uma avaliação do estágio em que se encontram.

5.1.9 Prestarem esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que as envolvam, independentemente de solicitação.

5.1.10 Não caucionarem ou utilizarem o presente Contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.11 Manterem, durante a execução deste Contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º, da Lei nº 12.232/2010.

5.1.12 Cumprirem a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, se e quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

5.1.13 Assumirem, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos por elas, em decorrência do objeto deste Contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

5.1.14 Apresentarem, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

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

5.1.16 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, as CONTRATADAS adotarão as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsarão à CONTRATANTE, as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

5.1.17 Responderem por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste Contrato.



5.1.18 Sujeitarem-se à mais ampla e irrestrita fiscalização e supervisão, no que tange ao objeto do presente Contrato, prestando os esclarecimentos solicitados e atendendo às determinações efetuadas.

5.1.19 Manterem acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 (anos) anos após a extinção do Contrato (art. 17, da Lei nº 12.232/10).

5.1.20 Os CONTRATADOS são obrigados 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;

5.1.21 Os CONTRATADOS devem orientar e treinar seus empregados sobre os deveres previstos na Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (LGPD), adotando medidas eficazes para proteção de dados pessoais a que tenha acesso por força da execução deste contrato;

5.1.22 Quaisquer Dados Pessoais que possam ser tratados pelos CONTRATADOS em decorrência da execução do objeto deste instrumento, serão coletados, utilizados, armazenados e mantidos de acordo com padrões exigidos pela legislação aplicável para tratamento de dados.

6. CLÁUSULA SEXTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

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

6.1.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com as CONTRATADAS;

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

6.1.3. Apontar, formal e tempestivamente, sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste Contrato;

6.1.4. Notificar as CONTRATADAS, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;

6.1.5. Notificar, formal e tempestivamente, as CONTRATADAS sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste Contrato;

6.1.6. Comunicar, por escrito, às CONTRATADAS, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte quatro) horas úteis;

6.1.7. Informar, na internet em sítio disponibilizado pela CONTRATANTE, sobre a execução deste Contrato.

6.1.8. Para o procedimento de seleção interna entre as agências contratadas, a Contratante terá, como objeto de avaliação, propostas de soluções publicitárias de linhas criativas e/ou de estratégias de mídia, de acordo com as necessidades de comunicação estabelecidas.

6.1.9. O procedimento de seleção interna entre as agências contratadas, em conformidade com o art. 2º, § 4º da Lei 12.232/2010, fica estabelecida a seguinte metodologia, para o repasse dos serviços:

6.1.9.1. A seleção para o desenvolvimento de campanha institucional com valor **inferior** a R\$130.000,00 (cento e trinta mil reais) – já deduzido desse valor o desconto-padrão de agência previsto em contrato – seguirá os seguintes passos:



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

- 6.1.9.1.1** Reunião de discussão com a Diretoria de Comunicação da Câmara Municipal de Campo Grande junto às agências, para definir direcionamento de campanha;
- 6.1.9.1.2** Desenvolvimento de ideia criativa pelas agências;
- 6.1.9.1.3** Avaliação da Comunicação sobre as propostas apresentadas e escolha de uma ou de todas as agências para criação das peças;
- 6.1.9.1.4** Para garantir equilíbrio de verba consumida, quando uma das agências estiver com o nível de realização contratual inferior a 10% (dez por cento) do total contratado, poderá a Câmara Municipal selecionar esta agência com menos execução contratual;
- 6.1.9.1.5** Caso uma das agências esteja com volume de trabalho superior, a Câmara Municipal poderá convocar a outra agência para assumir o trabalho, de forma a viabilizar o atendimento de suas necessidades e dar celeridade ao processo de execução da ação;
- 6.1.9.1.6** Caso uma das agências não seja escolhida, a mesma abre mão de cobrar por peças desenvolvidas durante processo de ideia criativa da campanha;
- 6.1.9.1.7** A Câmara poderá escolher agência que já executou ação de publicidade similar anteriormente e que demonstre expertise conforme histórico de ações já realizadas, podendo escolher agência com condições mais favoráveis para desenvolver a ação;

- 6.1.9.2** A decisão quanto à escolha da proposta será comunicada às agências contratadas, por meio de ofício, pedindo à(s) escolhida(s) o desenvolvimento de peças;
- 6.1.9.3** A(s) agência(s) escolhida(s) para o desenvolvimento da ação de publicidade deverá(ão) apresentar solução publicitária através de relatório de forma conjunta (mesmo as agências não tendo sido escolhidas para criação de peça ou peças), para aprovação da Comunicação.
- 6.1.9.4** A seleção para o desenvolvimento de campanha institucional com valor superior a R\$130.000,00 (cento e trinta mil reais) – já deduzido desse valor o desconto-padrão de agência previsto em contrato – seguirá os seguintes passos:
 - 6.1.9.4.1** Após reunião, será elaborado um briefing técnico pela Diretoria de Comunicação da Câmara Municipal contendo todos os subsídios para que as agências possam elaborar suas propostas se solução para a(s) necessidade(s) da Casa de Leis. Este mesmo briefing será repassado em condições iguais para as agências e a data de apresentação e entrega das propostas técnicas será comunicada.
 - 6.1.9.4.2** O briefing será encaminhado às agências, com o prazo, a ordem e a forma de apresentação das propostas.
 - 6.1.9.4.3** As agências deverão apresentar e entregar o material apresentado na data estipulada, com o descritivo técnico da campanha e as peças apresentadas.
 - 6.1.9.4.4** O prazo de avaliação e feedback será informado de acordo com a necessidade da Câmara Municipal.
 - 6.1.9.4.5** A metodologia de avaliação das campanhas será composta por quesitos que receberão notas de 0 (zero) a 10 (dez), conforme os pesos a seguir.
 - a) Raciocínio Básico (peso 1): o grau de entendimento e compreensão do briefing;
 - b) Ideia criativa (peso 2): a adequação da proposta ao briefing; a interpretação favorável ao conceito da campanha; a adequação da proposta aos públicos-alvo; a originalidade e simplicidade da forma e dos elementos; a contemporaneidade da proposta criativa; a pertinências às atividades da Câmara Municipal; os desdobramentos que permite; a exequibilidade das peças; e a compatibilidade das peças aos meios propostos.



- 6.1.9.4.6** O resultado será informado por meio de ofício às agências participantes.
- 6.1.9.4.7** Em caso de empate, será selecionada a agência que obtiver a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos Ideia Criativa e Raciocínio Básico. Se ainda assim o empate persistir, será selecionada a agência classificada em 1º lugar na licitação que definiu a contratação.
- 6.1.9.4.8** Independentemente do valor, e mediante justificativa prévia, o critério de seleção especificado no item 8.2.3 não será adotado quando:
- A ação decorrer de iniciativa de uma das agências de publicidade e for de interesse da Câmara Municipal;
 - Quando a Câmara Municipal decidir dar continuidade a campanha já existente;
 - Experiência temática no caso de o trabalho abordar um tema sobre o qual a Câmara Municipal avalia tecnicamente que uma das agências possui maior experiência e domínio sobre o mesmo, esta será selecionada para assumir o trabalho.
- 6.1.9.5** Não caberá às agências participantes a apresentação de recurso da decisão.
- 6.1.9.6** Toda documentação relacionada ao procedimento de seleção será mantida pela Comunicação em arquivo próprio.
- 6.1.9.7** Este procedimento terá vigência atrelado a toda a duração do contrato, incluindo seus aditivos de prorrogação, podendo ser revisto a qualquer momento pela Câmara Municipal.

7. CLÁUSULA SÉTIMA – DA FISCALIZAÇÃO

7.1 A **CONTRATANTE** fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá- los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

7.1.1 Será nomeado um fiscal, para acompanhar e fiscalizar a execução deste contrato e registrar em relatório as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terá poderes, entre outros, para notificar as **CONTRATADAS**, objetivando sua imediata correção.

7.1.1.1 Além das atribuições previstas neste Contrato e na legislação aplicável, caberá ao fiscal verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições da contratação de fornecedores e aos honorários devidos às **CONTRATADAS**.

7.2 A fiscalização pela **CONTRATANTE** em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva das **CONTRATADAS** pela perfeita execução dos serviços objeto deste contrato.

7.3 As **CONTRATADAS** adotarão as providências necessárias para que qualquer serviço, referente à produção, distribuição ou veiculação, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a **CONTRATANTE**.

7.4 A aprovação dos serviços executados pelas **CONTRATADAS** ou por contratados por elas diretamente, não as desobrigarão de suas responsabilidades quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

7.5 As **CONTRATADAS** permitirão e oferecerão condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste Contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.



7.6 As **CONTRATADAS** se obrigam a permitir que a auditoria interna da **CONTRATANTE** e/ou auditoria externa por elas indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à **CONTRATANTE**.

7.7 A **CONTRATANTE** avaliará os serviços prestados pelas **CONTRATADAS**, pelo menos, 2 (dois) meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses.

8. CLÁUSULA OITAVA – DA REMUNERAÇÃO

8.1. Os custos dos trabalhos internos, como planejamento, criação e execução até a arte-final serão calculados através de descontos de _____% (_____) sobre os itens constantes na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Mato Grosso do Sul (Sinapro/MS).

8.2. A **CONTRATANTE** pagará às Contratadas honorários' de (____%) pertinentes à supervisão de produção externa, incidente sobre os custos de serviços e suprimentos externos de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais contratados com fornecedores. Os serviços e os suprimentos externos terão os seus preços orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela **CONTRATADA**.

8.3. Os serviços de mídia como planejamento e distribuição aos Veículos serão remunerados às **CONTRATADAS** mediante o “desconto padrão” de 20% (vinte por cento), de acordo com paragrafo único, do art. 11, da Lei 4.680/65 e item 2.5.1 da Norma Padrão da Atividade Publicitária, editada pelo CENP.

8.3.1. Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pelas **CONTRATADAS**.

8.4. Despesas com deslocamento de profissionais das **CONTRATADAS**, ou de seus representantes, serão de suas exclusivas responsabilidades. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da **CONTRATANTE**, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pelas **CONTRATADAS**, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela **CONTRATANTE**.

8.5. AS **CONTRATADAS** não farão jus a honorários ou qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

9. CLÁUSULA NONA – DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1. Além da remuneração prevista na Cláusula anterior, as **CONTRATADAS** farão jus ao desconto de agência a ser concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei n° 4.680/65.

9.2. As **CONTRATADAS** efetuarão repasse à **CONTRATANTE** de parte do valor recebido à título de “desconto de agência”. Este valor obedece ao limite estabelecido no Anexo B, instituído pelo item 6.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, conforme tabela abaixo:

INVESTIMENTO BRUTO ANUAL	PARCELA DO INVESTIMENTO BRUTO
--------------------------	-------------------------------



EM MIDIA	“DESCONTO PADRÃO DE AGÊNCIA” A REVERTER AO ANUNCIANTE
Até R\$ 2.500.000,00	Nihil
De R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00	Até 2% (dois por cento) do investimento bruto
De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00	Até 3% (três por cento) do investimento bruto
De R\$ 25.000.000,01 em diante	Até 5% (cinco por cento) do investimento bruto

9.3. Os frutos dos planos de incentivos eventualmente concedidos pelos veículos de divulgação, para todos os fins de direito, constituem receita própria das CONTRATADAS, nos termos do disposto no art. 18, da Lei nº 12.232/10.

10. CLÁUSULA DÉCIMA – DOS DIREITOS AUTORAIS

10.1. As CONTRATADAS cedem a CONTRATANTE os direitos autorais patrimoniais de uso das ideias (incluindo estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste CONTRATO.

10.1.1. Os direitos são cedidos de forma total e definitiva, para uso no Brasil ou em qualquer outro país do mundo.

10.1.2. O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração definidas nas cláusulas sétima e oitava.

10.1.3. Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pela CONTRATANTE em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.

10.2. Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, as CONTRATADAS solicitarão a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

10.3. As CONTRATADAS se comprometem a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

10.4. A CONTRATANTE será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento deste CONTRATO, sejam estes passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.

10.5. É garantida a CONTRATANTE a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos originalmente de titularidade das CONTRATADAS e dos funcionários desta, sobre os resultados da execução deste CONTRATO, ressalvados os direitos autorais e conexos de terceiros.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO



- 11.1.** O pagamento será efetuado mediante apresentação de Nota Fiscal/Fatura emitida pelas CONTRATADAS, acompanhada quando for o caso, das Notas Fiscais/Faturas emitidas pelos fornecedores de serviços especializados e/ou veículos de divulgação em nome da CONTRATANTE.
- 11.1.1.** As notas fiscais deverão estar acompanhadas dos documentos comprobatórios da regularidade fiscal, trabalhista e perante o FGTS, bem como dos serviços realizados.
- 11.1.2.** Se, quando da efetivação do pagamento, os documentos comprobatórios da regularidade fiscal, trabalhista e perante o FGTS das CONTRATADAS, dos fornecedores de serviços especializados ou dos veículos de divulgação não forem apresentados ou estiverem com a validade expirada, o pagamento ficará retido até a apresentação de novos documentos dentro do prazo de validade.
- 11.2.** O pagamento será efetuado mediante depósito bancário, devendo as CONTRATADAS informarem o Banco, Agência e o Número da conta corrente em que deverá ser efetuado o crédito, sendo que o prazo de pagamento, de 10 (dez) dias úteis, será contado a partir dos seguintes marcos:
- Veiculação - após o término da veiculação, mediante apresentação dos documentos de cobrança de cada CONTRATADA e dos veículos; demonstrativos de despesas (resumo/estimativa de custo), tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação e de checagem;
 - Produção - após entrega do material produzido, mediante apresentação dos documentos de cobrança de cada CONTRATADA e/ou dos fornecedores, demonstrativos de despesas (resumo/estimativa de custo) e respectivos comprovantes;
 - Outros serviços realizados por terceiros - nos vencimentos previamente ajustados com a CONTRATANTE, mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança de cada CONTRATADA e dos fornecedores e respectivos documentos e comprovantes.
- 11.3.** Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a CONTRATANTE, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.
- 11.3.1.** Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.
- 11.4.** AS CONTRATADAS efetuarão os pagamentos aos fornecedores de serviços especializados e aos veículos de divulgação em até 10 (dez) dias após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE.
- 11.4.1.** O não cumprimento do subitem acima ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas das CONTRATADAS, até que seja resolvida a pendência.
- 11.5.** A CONTRATANTE não efetuará qualquer pagamento às CONTRATADAS a título de adiantamento.
- 11.6.** Não será efetuado qualquer pagamento à respectiva CONTRATADA enquanto houver pendência de liquidação da obrigação financeira em virtude de penalidade ou inadimplência contratual.
- 11.7.** Não será devido qualquer pagamento a título de atualização monetária sobre o valor devido entre a data do adimplemento das obrigações contratuais e a do efetivo



pagamento.

- 11.8.** Quando do pagamento será efetuada a retenção e recolhimento de tributos de acordo com a legislação aplicável.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA GARANTIA CONTRATUAL

- 12.1.** As CONTRATADAS prestarão individualmente garantia, em favor DA CONTRATANTE, no valor de R\$.000,00 (..... mil reais), correspondente a 1% (um por cento) sobre o valor estimado no subitem 3.1 deste contrato, no prazo de 30 (trinta) dias contados a partir da data da assinatura do CONTRATO.

- 12.1.1.** Esse prazo poderá ser prorrogado por igual período, a juízo da CONTRATANTE, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas pela CONTRATADA.

- 12.1.2.** A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa

- 12.1.3.** O atraso superior a 30 (trinta) dias corridos, contados após o fim dos prazos previstos nos subitens precedentes, autoriza a CONTRATANTE a promover a extinção deste contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I, da Lei nº 14.133/2021, sem prejuízo de outras sanções previstas na Lei e neste contrato.

- 12.2.** Caberá à CONTRATADA escolher uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei nº 14.133/2021:

12.2.1. Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;

12.2.2. Seguro-garantia;

12.2.3. Fiança bancária;

- 12.3.** A caução em dinheiro deverá ser depositada em nome do CONTRATANTE, conforme dados abaixo:

BANCO: (denominação)

AGÊNCIA: N.....

CONTA CORRENTE: N.

- 12.4.** Se a opção for pelo seguro-garantia:

12.4.1. a apólice indicará a CONTRATANTE como beneficiária e deve ser emitida por instituição autorizada pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) a operar no mercado securitário, que não se encontre sob regime de direção fiscal, intervenção, liquidação extrajudicial ou fiscalização especial e que não esteja cumprindo penalidade de suspensão imposta pela autarquia;

12.4.2. seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da contratada – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes;

12.4.3. a apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à CONTRATADA.

- 12.5.** Se a opção for pela fiança bancária, o instrumento de fiança deve:

12.5.1. ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção da autarquia;

12.5.2. ter prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato, acrescido



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da contratada – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes;

12.5.3. ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à CONTRATANTE, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

12.5.4. ter renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro.

12.6. Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

12.6.1. ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;

12.6.2. ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

12.7. A garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, assegurará o pagamento de:

12.7.1. prejuízos advindos do não cumprimento do objeto deste contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

12.7.2. prejuízos causados à CONTRATANTE ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução deste contrato;

12.7.3. multas moratórias e punitivas aplicadas pela CONTRATANTE à CONTRATADA; e

12.7.4. obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela CONTRATADA.

12.8. Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contiverem cláusulas contrárias aos interesses da CONTRATANTE.

12.9. Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a contratada deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.10. A garantia deverá ser renovada, na hipótese de prorrogação deste CONTRATO, ou atualizada no caso de alteração do valor contratual, em até 10 (dez) dias úteis contados da assinatura do respectivo Termo Aditivo.

12.11. A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da contratada, no prazo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seu gestor ou fiscal, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

12.12. A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a CONTRATANTE, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 12.2 deste contrato.

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1. Depois de celebrado o contrato, a contratada será responsabilizada administrativamente pelas infrações descritas neste instrumento contratual.

13.1.1. A disciplina das infrações cometidas no procedimento licitatório deve observar o disposto no instrumento convocatório.

13.2. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, o contratado que:

13.2.1. der causa à inexecução parcial do objeto contratado;

13.2.2. der causa à inexecução parcial do objeto contratado que cause grave dano à



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;

- 13.2.3.** der causa à inexecução total do objeto contratado;
- 13.2.4.** ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;
- 13.2.5.** apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução da contratação;
- 13.2.6.** praticar ato fraudulento na execução da contratação;
- 13.2.7.** comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- 13.2.8.** praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013
- 13.2.9.** entregar objeto com vícios ou defeitos ocultos que o torne impróprio ao uso a que é destinado, ou diminuam-lhe o valor ou, ainda, fora das especificações contratadas.
- 13.3.** Serão aplicadas ao contratado que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:
- a) Advertência, quando o contratado der causa à inexecução parcial da contratação, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §2º, da Lei nº 14.133, de 2021);
- b) Impedimento de licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nos itens 13.2.2, 13.2.3 e 13.2.4 deste Contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, § 4º, da Lei nº 14.133, de 2021);
- c) Declaração de inidoneidade para licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas 13.2.5, 13.2.6, 13.2.7 e 13.2.8 do subitem acima deste Contrato, bem como nos itens 13.2.2, 13.2.3 e 13.2.4 que justifiquem a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §5º, da Lei nº 14.133, de 2021).
- d) Multa:
- d.1) Moratória de 1% (um por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 20 (vinte) dias;
- a.** O atraso superior a 20 (vinte) dias autoriza a Administração a promover a extinção da contratação por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I do art. 137 da Lei n. 14.133, de 2021.
- d.2) compensatória de 20% (vinte por cento) sobre o valor total da contratação, no caso de inexecução total do objeto e demais transgressões elencadas no subitem 13.2.
- 13.4.** A aplicação das sanções previstas neste instrumento contratual não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado à Contratante (art. 156, §9º, da Lei nº 14.133, de 2021).
- 13.5.** Todas as sanções previstas neste instrumento contratual poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º, da Lei nº 14.133, de 2021).
- 13.5.1.** Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação (art. 157, da Lei nº 14.133, de 2021).
- 13.5.2.** Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente (art. 156, §8º, da Lei nº 14.133, de 2021).
- 13.6.** A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no caput e parágrafos do art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, para as penalidades de



impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

- 13.7.** Na aplicação das sanções serão considerados (art. 156, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021):
- 13.7.1.** a natureza e a gravidade da infração cometida;
 - 13.7.2.** as peculiaridades do caso concreto;
 - 13.7.3.** as circunstâncias agravantes ou atenuantes;
 - 13.7.4.** os danos que dela provierem para o Contratante;
 - 13.7.5.** a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.
- 13.8.** Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei (art. 159).
- 13.9.** A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos nesta contratação ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia (art. 160, da Lei nº 14.133, de 2021).
- 13.10.** O Contratante deverá, no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ela aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal. (Art. 161, da Lei nº 14.133, de 2021).
- 13.11.** As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133/21.
- 13.12.** Os débitos do contratado para com a Administração contratante, resultantes de multa administrativa e/ou indenizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes desta mesma contratação ou de outros contratos administrativos que o contratado possua com o mesmo órgão ora contratante.

14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DA RESCISÃO CONTRATUAL

- 14.1.** Este contrato poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, pelos motivos previstos no art. 137 e nas formas estabelecidas no art. 138, todos da Lei nº 14.133/21.
- 14.2.** Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pelas CONTRATADAS, previstas no presente Contrato.
- 14.3.** Em caso de associação das CONTRATADAS com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá a CONTRATANTE decidir justificadamente sobre a continuidade deste CONTRATO.



14.4. A rescisão, por algum dos motivos previstos no subitem 14.1, não dará às CONTRATADAS direito a indenização a qualquer título, independentemente de interposição judicial ou extrajudicial, com a exceção do que estabelece o art. 138, parágrafo 2º, da Lei nº 14.133/21.

14.5. Exceto quando se tratar de caso fortuito, força maior ou razões de interesse público, a rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, a retenção:

14.5.1. dos créditos decorrentes deste contrato, até o limite dos prejuízos causados a CONTRATANTE;

14.5.2. dos créditos existentes em outros contratos, porventura vigente entre a CONTRATANTE e as CONTRATADAS, até o limite dos prejuízos causados;

14.5.3. ou execução da garantia contratual, para ressarcimento da CONTRATANTE dos valores das multas e indenizações a ela devidos.

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

15.1. As CONTRATADAS deverão se guiar pelo Código de Ética dos Profissionais da Propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com as normas que regulam essa atividade, inclusive as normas éticas, estabelecidas pelo Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e pela Lei Anticorrupção.

15.2. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste Contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial Eletrônico de Campo Grande - DIOGRANDE, às suas expensas, na forma prevista no art. 89 § 1º, da Lei nº 14.133/21.

15.3. Além das disposições contidas neste CONTRATO, também é aplicável a Lei nº 12.232/2010 e complementarmente as Leis n. 4.680/65 e n. 14.133/21.

15.4. A omissão ou tolerância da CONTRATANTE em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhe afetará o direito de, a qualquer tempo, exigir o fiel cumprimento do avençado.

15.5. A responsabilidade imputada às CONTRATADAS por prejuízos relacionados à execução deste contrato não cessa com o fim desta relação contratual.

15.6. Quando não mencionado em contrário, os prazos contados neste contrato são contados em dias corridos.

15.7. Na contagem dos prazos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento.

15.8. Será transferido para o dia útil subsequente o vencimento do prazo que ocorra em dia em que não haja expediente administrativo da CONTRATANTE.

15.9. A juízo da CONTRATANTE, as campanhas publicitárias das propostas vencedoras da licitação que deu origem a este contrato poderão ou não ver a ser produzidas e distribuídas, com ou sem modificações nas suas vigências.

15.10. O presente Contrato poderá ser denunciado e, em consequência, encerrado unilateralmente pelo órgão CONTRATANTE, diante de razões de interesse público, justificadas pela autoridade máxima do referido órgão.

15.10.1. Tal extinção se torna possível depois de decorridos 30 (trinta) dias de vigência do contrato, mediante notificação por escrito às CONTRATADAS, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias.



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DO FORO

16.1. As questões decorrentes da execução deste Contrato que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Foro de Campo Grande, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem justas e acordadas, assinam o presente Contrato em duas vias de igual teor e forma.

Campo Grande, MS, _____ de _____ de 2024.

CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
CARLOS AUGUSTO BORGES

CONTRATADA

CONTRATADA

CONTRATADA

CONTRATADA

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

1.

2.

NOME:

CPF:

NOME:

CPF:



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

ANEXO X - PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Nome do avaliador: _____

Visto: _____

QUESITO	
Raciocínio Básico - máximo de 10 (dez) pontos	PONTUAÇÃO TOTAL
Conhecimento das características gerais do cliente; conhecimento genérico dos serviços prestados pelo cliente; adequada compreensão da linha de atuação específica do cliente, da natureza, da extensão e da qualidade das relações da comunicação da Câmara Municipal de Campo Grande/MS com seus públicos; e acuidade de compreensão do papel da Comunicação da Câmara Municipal de Campo Grande (MS) no atual contexto social, político e econômico.	

QUESITO	
Estratégia de Comunicação Publicitária - máximo de 25 (vinte e cinco) pontos	PONTUAÇÃO TOTAL
Formulação do conceito, da compreensão do tema hipotético ao desenvolvimento do raciocínio que o conduziu; formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação; consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa; e riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Câmara Municipal com seus públicos.	

QUESITO	
Ideia Criativa - máximo de 25 (vinte e cinco) pontos	PONTUAÇÃO TOTAL
Sua adequação ao problema específico de comunicação do cliente; multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações; originalidade da combinação dos elementos que a constituem; simplicidade da forma sob a qual se apresenta; sua pertinência às atividades do cliente e à sua inserção na sociedade; os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados; e Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

QUESITO	
Estratégia de Mídia e Não Mídia - Máximo de 10 (dez) pontos	PONTUAÇÃO TOTAL
O conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários; capacidade analítica revelada no exame desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia; consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às alíneas a e b do item 8.6.1.4 do Edital; economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças; pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da Câmara Municipal de Campo Grande (MS); e otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	

Visto do avaliador



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

ANEXO XI - PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: _____

Raciocínio Básico - máximo de 10 (dez) pontos	Avaliador 01	Avaliador 02	Avaliador 03
Conhecimento das características gerais do cliente; conhecimento genérico dos serviços prestados pelo cliente; adequada compreensão da linha de atuação específica do cliente, da natureza, da extensão e da qualidade das relações da comunicação da Câmara Municipal de Campo Grande/MS com seus públicos; e acuidade de compreensão do papel da Comunicação da Câmara Municipal de Campo Grande (MS) no atual contexto social, político e econômico.			
NOTA MÉDIA DO QUESITO:			

Estratégia de Comunicação Publicitária - máximo de 25 (vinte e cinco) pontos	Avaliador 01	Avaliador 02	Avaliador 03
Formulação do conceito, da compreensão do tema hipotético ao desenvolvimento do raciocínio que o conduziu; formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação; consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa; e riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Câmara Municipal com seus públicos.			
NOTA MÉDIA DO QUESITO:			

Ideia Criativa - máximo de 25 (vinte e cinco) pontos	Avaliador 01	Avaliador 02	Avaliador 03
Sua adequação ao problema específico de comunicação do cliente; multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações; originalidade da combinação dos elementos que a constituem; simplicidade da forma sob a qual se apresenta; sua pertinência às atividades do cliente e à sua inserção na sociedade; os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças			



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

apresentados; e Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.			
NOTA MÉDIA DO QUESITO:			

Estratégia de Mídia e Não Mídia - máximo de 10 (dez) pontos	Avaliador 01	Avaliador 02	Avaliador 03
O conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários; capacidade analítica revelada no exame desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia; consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às alíneas a e b do item 8.6.1.4 do Edital; economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças; pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da Câmara Municipal de Campo Grande (MS); e otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.			
NOTA MÉDIA DO QUESITO:			

NOTA TOTAL - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:

Visto do avaliador 01

Visto do avaliador 02

Visto do avaliador 03



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

**ANEXO XII - PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA –
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES**

Identificação da AGÊNCIA ou CONSÓRCIO:

Avaliador:

Visto:

QUESITO	
Capacidade de Atendimento - máximo de 15 (quinze) pontos	PONTUAÇÃO
Capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da agência; estrutura física e equipamentos necessários à realização dos serviços; pertinência da sistemática de atendimento e a adequação dos prazos máximos para a entrega dos serviços, a operacionalidade do relacionamento entre o Setor de Comunicação da Câmara Municipal de Campo Grande e a licitante, esquematizado na Proposta; e experiência da licitante no atendimento a outros clientes com serviços similares ao objeto deste Edital.	
TOTAL	
QUESITO	
Repertório - máximo de 15 (quinze) pontos	
Relatos de Cases - máximo 10 (dez) pontos	PONTUAÇÃO
A concatenação lógica da exposição; a evidência de planejamento publicitário; a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; e a relevância dos resultados apresentados.	
Peças Isoladas - máximo de 05 (cinco) pontos	PONTUAÇÃO
A ideia criativa e sua pertinência; a clareza da exposição; e a qualidade da execução e do acabamento.	
TOTAL	



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

**ANEXO XIII - PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA –
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES**

Capacidade de Atendimento - máximo de 15 (quinze) pontos	Avaliador 01	Avaliador 02	Avaliador 03
Capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da agência; estrutura física e equipamentos necessários à realização dos serviços; pertinência da sistemática de atendimento e a adequação dos prazos máximos para a entrega dos serviços, a operacionalidade do relacionamento entre o Setor de Comunicação da Câmara Municipal de Campo Grande e a licitante, esquematizado na Proposta; e experiência da licitante no atendimento a outros clientes com serviços similares ao objeto deste Edital.			
NOTA MÉDIA DO QUESITO:			

Relato de Cases - máximo de 10 (dez) pontos	Avaliador 01	Avaliador 02	Avaliador 03
A concatenação lógica da exposição; a evidência de planejamento publicitário; a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; e a relevância dos resultados apresentados.			
NOTA MÉDIA DO QUESITO:			
Peças Isoladas - máximo de 05 (cinco) pontos	Avaliador 01	Avaliador 02	Avaliador 03
A ideia criativa e sua pertinência; a clareza da exposição; e a qualidade da execução e do acabamento.			
NOTA MÉDIA DO QUESITO:			
NOTA MÉDIA DO REPERTÓRIO:			
NOTA TOTAL - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES:			

Observações: A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuída a este for superior a 20% (vinte por cento) da



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, conforme inc. VII, art. 6º da Lei 12.232/2010.

A nota média de cada quesito corresponderá à soma das notas atribuídas pelos avaliadores dividindo pelo número de avaliadores, com no máximo duas casas decimais, desprezando-se as demais, sem qualquer arredondamento. A nota total da Agência – Conjunto de Informações corresponderá à soma das notas médias dos quesitos.



CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Processo: 091/2024

Rubrica: _____

Fls. _____

ANEXO XIV – PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

**PROCESSO LICITATÓRIO - CONCORRÊNCIA N° 001/2024
PROCESSO ADMINISTRATIVO N° 091/2024**

AGÊNCIA: _____

QUESITOS	PONTOS CONCEDIDOS	TOTAL
Até 60 (sessenta) pontos para a agência que cobrar os menores valores de custos internos com base na Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (um ponto para cada 1% - um por cento de desconto - entre 11% até 30% e mais dois pontos para cada 1% de desconto entre 31 a 50% de desconto, limitado a 50% - cinquenta por cento - do valor da tabela).		
Até 40 (quarenta) pontos para os menores honorários oferecidos sobre o custo orçado junto a fornecedores especializados, na prestação de serviços e de suprimentos externos, nos termos do subitem 3.6.1 e 3.6.2 das Normas-Padrão (conforme a tabela “b” do subitem 10.7.1 do edital)		
PONTUAÇÃO TOTAL DA LICITANTE (NOTA AUFERIDA)		

Observações:

- 1) A pontuação final por quesito será calculada com, no máximo, uma casa decimal, desprezando-se as demais, sem qualquer arredondamento;
- 2) A pontuação total da licitante corresponderá à soma das pontuações finais



**CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES**

**ANEXO XV - DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO COMO EMPRESA DE PEQUENO
PORTE**

**PROCESSO ADMINISTRATIVO N° 105/2024
PROCESSO LICITATÓRIO - PREGÃO ELETRÔNICO N° 004/2024**

NOME EMPRESARIAL DA LICITANTE, inscrita no CNPJ n° _____, sediada na Rua _____, n. ____, na Cidade de _____, Estado do _____, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr(a) _____, infra-assinado, portador(a) do RG n° _____, Órgão Expedidor _____ e do CPF n° _____, e por seu Contador Responsável, o(a) Sr(a) _____, devidamente inscrito no CRC sob o n° _____ **DECLARA**, para fins do disposto no Edital de Concorrência n° **001/2024**, sob as sanções administrativas cabíveis e sob penas da Lei, que esta empresa, na presente data, é considerada **EMPRESA DE PEQUENO PORTE**, conforme inciso II, art. 3°, da Lei Complementar n° 123/2006.

DECLARA, ainda, que a empresa está excluída das vedações constantes do parágrafo 4° do artigo 3° da Lei Complementar n° 123, de 14 de dezembro de 2006.

(localidade), _____, de _____ de 2024.

Representante Legal empresa

Contador/Técnico e n° CRC

OBS.: A declaração acima deverá ser assinalada com um “X”, ratificando-se a condição jurídica da empresa licitante.



**CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES**

**ANEXO XVI – TABELA DE CUSTOS REFERENCIAIS PARA SERVIÇOS
DE PUBLICIDADE
(CUSTOS INTERNOS) VIGENTE EM 2024**

**PROCESSO LICITATÓRIO - CONCORRÊNCIA N° 001/2024
PROCESSO ADMINISTRATIVO N° 091/2024**

**SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE
MATO GROSSO DO SUL – SINAPRO/MS**

2024

CUSTOS REFERENCIAIS
PARA SERVIÇOS DE
PUBLICIDADE



ÍNDICE /// off

Planejamentos	3
Logotipia/Identidade Visual.....	4
Mídia Impressa > Jornal.....	5
Mídia Impressa > Publicidade Legal / Balanços.....	5
Mídia Impressa > Revista.....	6
Mídia Eletrônica > Audiovisuais.....	6
Mídia > Outdoor.....	8
Mídia > Indoor.....	9
Design Editorial.....	10
Embalagens.....	13
Materiais Impressos, Capas e Páginas.....	14
Materiais Promocionais.....	15
Live Marketing.....	19
Outros Serviços.....	19
Design Gráfico Político > Identidade Visual.....	20
Multimídia.....	20
Serviços Adicionais.....	20

> **digital** / pág. 21

/// Planejamentos

PEÇA >	2024 >
Calendário Anual Institucional	R\$ 20.057,03
Calendário Anual Promocional	R\$ 20.057,03
Diagnóstico Empresarial (por hora de consultoria)	R\$ 752,14
Planejamento de Ação de Guerrilha	R\$ 11.282,08
Planejamento de Ações Promocionais	R\$ 10.028,51
Planejamento de Campanha de Incentivo e ou Relacionamento	R\$ 20.057,03
Planejamento de Campanha Institucional ou Promocional	R\$ 20.057,03
Planejamento de Comunicação	R\$ 31.339,11
Planejamento de Comunicação Estadual	R\$ 31.339,11
Planejamento de Comunicação Nacional	R\$ 62.678,21
Planejamento de Comunicação Regional	R\$ 18.803,46
Planejamento de Convenção / Feiras	R\$ 8.774,95
Planejamento de Evento	R\$ 8.774,95
Planejamento de Lançamento / Relançamento de Produto	R\$ 20.057,03
Planejamento de Lançamento de Empresa	R\$ 31.339,11
Planejamento de Lançamento Imobiliário	R\$ 20.057,03
Planejamento de Mídia	R\$ 5.766,40

/// Logotipia/Identidade Visual

PEÇA >	Layout >	Finalização >	2024 >
Envelopamento de Carro Grande	R\$ 1.880,35	R\$ 2.256,42	R\$ 4.136,76
Envelopamento de Carro Pequeno	R\$ 1.754,99	R\$ 2.256,42	R\$ 4.011,41
Envelopamento de Frota	R\$ 7.019,96	R\$ 3.008,55	R\$ 10.028,51
Envelopamento de Ônibus	R\$ 2.005,70	R\$ 2.757,84	R\$ 4.763,54
Envelope simples / bloco	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Etiqueta de Roupa	R\$ 1.078,07	R\$ 1.378,92	R\$ 2.456,99
Fachada Publicitária	R\$ 6.906,00	R\$ 3.122,51	R\$ 10.028,51
Logotipo / Logomarca	R\$ 7.897,45	R\$ 3.384,62	R\$ 11.282,08
Logotipo / Logomarca Promocional	R\$ 5.641,04	R\$ 1.880,35	R\$ 7.521,39
Logotipo / Logomarca Reformulação	R\$ 7.283,21	R\$ 3.121,37	R\$ 10.404,58
Manual de Identidade Visual Básico	R\$ 2.256,42	R\$ 2.757,84	R\$ 5.014,26
Manual de Utilização de Logotipo / Logomarca	R\$ 2.005,70	R\$ 2.256,42	R\$ 4.262,12
Nome	-	-	R\$ 5.766,40
Papelaria / Cartão de Visita	R\$ 1.378,92	R\$ 702,00	R\$ 2.080,92
Papelaria / Envelope Ofício / Saco (cada)	R\$ 1.629,63	R\$ 702,00	R\$ 2.331,63
Papelaria / Papel Timbrado	R\$ 1.378,92	R\$ 702,00	R\$ 2.080,92
Papelaria / Pasta	R\$ 1.880,35	R\$ 702,00	R\$ 2.582,34
Slogan	-	-	R\$ 3.760,69
Totem	R\$ 2.256,42	R\$ 2.883,20	R\$ 5.139,61
Uniforme	R\$ 2.256,42	R\$ 2.883,20	R\$ 5.139,61

/// Mídia Impressa > Jornal

PEÇA >	Layout >	Finalização >	2024 >
Página Dupla	R\$ 4.939,04	R\$ 3.083,77	R\$ 8.022,81
01 Página	R\$ 3.911,12	R\$ 2.607,41	R\$ 6.518,53
1/2 até Rouba Página	R\$ 3.234,20	R\$ 2.156,13	R\$ 5.390,33
1/4 até 1/2 Página	R\$ 1.652,43	R\$ 1.100,86	R\$ 2.753,28
1/8 até 1/4 de Página	R\$ 1.073,51	R\$ 715,67	R\$ 1.789,18
Até 1/8 de Página	R\$ 643,88	R\$ 428,49	R\$ 1.072,37

/// Mídia Impressa > Publicidade Legal/Balanços

PEÇA >	Layout >	Finalização >	2024 >
Página Dupla	R\$ 2.632,48	R\$ 1.754,99	R\$ 4.387,47
01 Página	R\$ 1.880,35	R\$ 1.253,56	R\$ 3.133,91
1/2 até Rouba Página	R\$ 1.654,70	R\$ 1.103,14	R\$ 2.757,84
1/4 até 1/2 Página	R\$ 1.203,42	R\$ 802,28	R\$ 2.005,70
1/8 até 1/4 de Página	R\$ 1.052,99	R\$ 702,00	R\$ 1.754,99
Até 1/8 de Página	R\$ 421,65	R\$ 280,34	R\$ 702,00

/// **Mídia Impressa > Revista**

PEÇA >	Layout >	Finalização >	2024 >
Página Dupla	R\$ 4.011,41	R\$ 2.005,70	R\$ 6.017,11
01 Página	R\$ 3.133,91	R\$ 1.378,92	R\$ 4.512,83
2/3 de Página	R\$ 2.632,48	R\$ 1.065,53	R\$ 3.698,01
1/2 Página	R\$ 2.005,70	R\$ 1.002,85	R\$ 3.008,55
1/4 Página	R\$ 1.629,63	R\$ 702,00	R\$ 2.331,63
Valor mínimo	R\$ 1.002,85	R\$ 852,42	R\$ 1.855,28

/// **Mídia Eletrônica > Audiovisuais**

PEÇA >	2024 >
Assinatura / Vinheta Eletrônica	R\$ 8.845,15
Audiovisual / Documentário 3' a 5' - Roteiro	R\$ 21.059,88
Audiovisual / Documentário 5' a 10' - Roteiro	R\$ 29.483,83
Audiovisual / Documentário 10' a 20' - Roteiro	R\$ 39.311,77
Audiovisual / Documentário acima de 20' - Roteiro	<i>a combinar</i>
Audiovisual / Documentário - Direção de Arte	R\$ 9.125,95
Filme / VT Direção de Arte	R\$ 3.860,98
Filme / VT Institucional até 30" - Roteiro	R\$ 13.253,59
Filme / VT Institucional até 60" - Roteiro	R\$ 16.237,08
Filme / VT Institucional de 60" a 2' - Roteiro	R\$ 19.922,55
Filme / VT Ofertas até 30" - Roteiro	R\$ 9.517,97
Filme / VT Ofertas até 60" - Roteiro	R\$ 11.799,46
Filme / VT Ofertas de 60" a 2' - Roteiro	R\$ 13.729,95

/// Mídia Eletrônica > Audiovisuais

PEÇA >	2024 >
Jingle até 30" - Roteiro	R\$ 7.070,10
Jingle de 30" a 60" - Roteiro	R\$ 8.474,09
Jingle de 60" a 2' - Roteiro	R\$ 9.878,09
Motion Design até 15"	R\$ 3.760,69
Motion Design de 15" até 30"	R\$ 4.450,15
Motion Design de 30" até 45"	R\$ 5.829,07
Motion Design acima 45"	R\$ 6.769,25
Static Design	R\$ 4.888,90
Roteiro / Merchandising	R\$ 5.966,97
Roteiro Flash / Foguete	R\$ 5.966,97
Roteiro / Carro de Som	R\$ 5.966,97
Spot até 30" - Roteiro	R\$ 3.158,98
Spot de 30" a 60" - Roteiro	R\$ 4.562,97
Spot de 60" a 2' - Roteiro	R\$ 5.966,97

/// Mídia > Outdoor

PEÇA >	Layout >	Finalização >	2024 >
Banco de Praça	R\$ 1.263,59	R\$ 842,40	R\$ 2.105,99
Busdoor	R\$ 2.527,64	R\$ 1.684,33	R\$ 4.211,98
Busside	R\$ 4.011,41	R\$ 2.005,70	R\$ 6.017,11
Faixa de Rua	R\$ 965,24	R\$ 413,68	R\$ 1.378,92
Faixa para Avião	R\$ 965,24	R\$ 413,68	R\$ 1.378,92
Gradil	R\$ 965,24	R\$ 413,68	R\$ 1.378,92
Minidoor	R\$ 2.757,84	R\$ 1.880,35	R\$ 4.638,19
Muro	R\$ 940,17	R\$ 1.629,63	R\$ 2.569,81
Ônibus / Abrigo	R\$ 2.527,64	R\$ 1.684,33	R\$ 4.211,98
Ônibus / Testeira de Ponto	R\$ 1.262,68	R\$ 843,31	R\$ 2.105,99
Outdoor	R\$ 4.011,41	R\$ 2.005,70	R\$ 6.017,11
Outdoor Duplo	R\$ 4.763,54	R\$ 2.005,70	R\$ 6.769,25
Painel (Triface / Backlight / Frontlight)	R\$ 3.886,05	R\$ 1.880,35	R\$ 5.766,40
Painel Eletrônico	R\$ 3.368,67	R\$ 2.247,30	R\$ 5.615,97
Placa Comemorativa	R\$ 1.262,68	R\$ 843,31	R\$ 2.105,99
Placa de Esquina	R\$ 940,17	R\$ 1.817,67	R\$ 2.757,84
Placa de Estrada	R\$ 3.368,67	R\$ 2.247,30	R\$ 5.615,97
Placa de Obra	R\$ 2.737,33	R\$ 1.825,65	R\$ 4.562,97
Placa de Sinalização	R\$ 1.369,80	R\$ 911,68	R\$ 2.281,49
Pórtico de Entrada	R\$ 6.608,61	R\$ 2.988,05	R\$ 9.596,66
Prédio / Empena	R\$ 4.036,48	R\$ 1.729,92	R\$ 5.766,40

/// Mídia > Outdoor

PEÇA >	Layout >	Finalização >	2024 >
Prédio / Envelopamento	R\$ 5.791,47	R\$ 2.482,06	R\$ 8.273,52
Protetor de Árvores	R\$ 1.052,99	R\$ 702,00	R\$ 1.754,99
Relógio Digital	R\$ 1.579,49	R\$ 1.052,99	R\$ 2.632,48
Sanca (metrô/trem)	R\$ 1.579,49	R\$ 1.052,99	R\$ 2.632,48
Tapume	R\$ 2.737,33	R\$ 1.825,65	R\$ 4.562,97
Táxi / Teto Luminoso	R\$ 1.262,68	R\$ 843,31	R\$ 2.105,99
Taxidoor	R\$ 2.527,64	R\$ 1.684,33	R\$ 4.211,98

/// Mídia > Indoor

PEÇA >	Layout >	Finalização >	2024 >
Adesivo Lateral Escada Rolante	R\$ 2.105,99	R\$ 1.403,99	R\$ 3.509,98
Cartaz Interno Terminais	R\$ 2.105,99	R\$ 1.403,99	R\$ 3.509,98
Colunas de Garagem	R\$ 1.052,99	R\$ 702,00	R\$ 1.754,99
Decoração de Vitrine	R\$ 3.368,67	R\$ 2.247,30	R\$ 5.615,97
Envelopamento da Parte Superior de Portas	R\$ 1.052,99	R\$ 702,00	R\$ 1.754,99
Envelopamento de Mesas	R\$ 1.052,99	R\$ 702,00	R\$ 1.754,99
Envelopamento de Portas	R\$ 702,00	R\$ 1.052,99	R\$ 1.754,99
Floordoor	R\$ 1.504,28	R\$ 1.165,81	R\$ 2.670,09
Pequenos Painéis Indoor	R\$ 1.504,28	R\$ 2.005,70	R\$ 3.509,98
Placa de Sinalização inMall	R\$ 1.002,85	R\$ 1.103,14	R\$ 2.105,99
Tapume	R\$ 2.632,48	R\$ 1.930,49	R\$ 4.562,97

/// Design Editorial

PEÇA >	2024 >
Boletim / Informativo até 04 págs	R\$ 8.148,17
Boletim / Informativo até 08 págs	R\$ 12.222,25
Boletim / Informativo até 16 págs	R\$ 18.302,04
Boletim / Informativo até 32 págs	R\$ 22.940,23
Boletim / Informativo acima de 32 págs	<i>a combinar</i>
Capa de Catálogo / Caderno / Agenda / Carnê	R\$ 7.060,36
Catálogo Miolo até 04 págs	R\$ 13.688,92
Catálogo Miolo até 08 págs	R\$ 17.111,15
Catálogo Miolo até 16 págs	R\$ 21.393,33
Catálogo Miolo acima de 16 págs	<i>a combinar</i>
CD ou DVD Projeto Capa / Bolacha / Encarte simples	R\$ 6.458,36
CD ou DVD Projeto Capa / Bolacha / Encarte de 08 a 16 págs	R\$ 9.853,01
Cordel Capa e Miolo até 12 págs	R\$ 11.407,43
Cordel Capa e Miolo até 24 págs	R\$ 14.259,29
Cordel Capa e Miolo acima de 24 págs	<i>a combinar</i>
House Organ Projeto/Editoração até 04 págs	R\$ 13.688,92
House Organ Projeto/Editoração até 08 págs	R\$ 17.111,15
House Organ Projeto/Editoração até 16 págs	R\$ 21.410,88
House Organ Projeto/Editoração acima de 16 págs	<i>a combinar</i>

/// Design Editorial

PEÇA >	2024 >
Livreto até 04 págs	R\$ 11.407,43
Livreto até 08 págs	R\$ 17.111,15
Livreto até 16 págs	R\$ 25.622,85
Livreto até 32 págs	R\$ 32.116,32
Livreto até 64 págs	R\$ 40.189,27
Livreto acima de 64 págs	<i>a combinar</i>
Livro de Arte - Projeto Gráfico (capa)	R\$ 15.042,77
Livro de Arte - Projeto Gráfico (miolo) até 104 págs	R\$ 105.299,40
Livro de Arte - Projeto Gráfico (miolo) até 256 págs	R\$ 168.479,03
Livro de Arte - Projeto Gráfico (miolo) acima de 256 págs	<i>a combinar</i>
Livro Texto Corrido - Projeto Gráfico (capa)	R\$ 7.019,96
Livro Texto Corrido - Projeto Gráfico (miolo) até 104 págs	R\$ 21.059,88
Livro Texto Corrido - Projeto Gráfico (miolo) até 256 págs	R\$ 26.324,85
Livro Texto Corrido - Projeto Gráfico (miolo) até 432 págs	R\$ 32.906,06
Livro Texto Corrido - Projeto Gráfico (miolo) acima de 432 págs	<i>a combinar</i>
Livro Txt + fotos-ilustrações-tabelas-gráficos, Proj. Gráf. (capa)	R\$ 9.125,95
Livro Txt + fotos-ilustrações-tabelas-gráficos, Proj. Gráf. (miolo) até 104 págs	R\$ 27.377,84
Livro Txt + fotos-ilustrações-tabelas-gráficos, Proj. Gráf. (miolo) até 256 págs	R\$ 34.222,30
Livro Txt + fotos-ilustrações-tabelas-gráficos, Proj. Gráf. (miolo) até 432 págs	R\$ 42.777,88
Livro Txt + fotos-ilustrações-tabelas-gráficos, Proj. Gráf. (miolo) acima de 432 págs	<i>a combinar</i>

/// Design Editorial

PEÇA >	2024 >
Manual Técnico até 04 págs	R\$ 11.407,43
Manual Técnico até 08 págs	R\$ 17.111,15
Manual Técnico até 16 págs	R\$ 25.622,85
Manual Técnico até 32 págs	R\$ 32.116,32
Manual Técnico até 64 págs	R\$ 40.189,27
Manual Técnico acima de 64 págs	<i>a combinar</i>
Portfólio (capa e miolo) até 08 págs	R\$ 17.111,15
Portfólio (capa e miolo) até 16 págs	R\$ 21.410,88
Portfólio (capa e miolo) até 32 págs	R\$ 26.851,35
Portfólio (capa e miolo) até 64 págs	R\$ 33.344,81
Portfólio (capa e miolo) acima de 64 págs	<i>a combinar</i>
Relatório de Diretoria (capa e miolo) até 08 págs	R\$ 15.794,91
Relatório de Diretoria (capa e miolo) até 16 págs	R\$ 19.743,64
Relatório de Diretoria (capa e miolo) até 32 págs	R\$ 24.569,86
Relatório de Diretoria (capa e miolo) até 64 págs	R\$ 31.168,17
Relatório de Diretoria (capa e miolo) acima de 64 págs	<i>a combinar</i>
Revista/Livro - Capa	R\$ 7.375,17
Revista/Livro - Miolo - por página	R\$ 1.882,76
Revista Projeto Gráfico (capa e miolo) até 16 págs	R\$ 25.071,28
Revista Projeto Gráfico (capa e miolo) até 32 págs	R\$ 37.606,93
Revista Projeto Gráfico (capa e miolo) até 64 págs	R\$ 50.142,57
Revista Projeto Gráfico (capa e miolo) acima de 64 págs	<i>a combinar</i>

/// Embalagens

PEÇA >	Layout >	Finalização >	2024 >
Bula	R\$ 1.554,42	R\$ 2.131,06	R\$ 3.685,48
Caixa de Embarque	R\$ 3.384,62	R\$ 3.284,34	R\$ 6.668,96
Cartela	R\$ 1.078,07	R\$ 1.378,92	R\$ 2.456,99
Cinta para Embalagem	R\$ 1.078,07	R\$ 1.554,42	R\$ 2.632,48
Display	R\$ 6.017,11	R\$ 2.406,84	R\$ 8.423,95
Embalagem	R\$ 7.370,96	R\$ 3.158,98	R\$ 10.529,94
Embalagem Blister	R\$ 8.499,17	R\$ 5.014,26	R\$ 13.513,42
Embalagem de Linha de Produtos (até 05 produtos)	R\$ 17.198,90	R\$ 7.370,96	R\$ 24.569,86
Embalagem Promocional	R\$ 5.264,97	R\$ 3.509,98	R\$ 8.774,95
Embalagem / Reformulação	R\$ 4.512,83	R\$ 3.509,98	R\$ 8.022,81
Mascote	R\$ 5.014,26	R\$ 2.005,70	R\$ 7.019,96
Mock-up	R\$ 5.014,26	R\$ 2.005,70	R\$ 7.019,96
Pictograma	R\$ 4.387,47	R\$ 1.880,35	R\$ 6.267,82
Rótulo	R\$ 7.370,96	R\$ 3.158,98	R\$ 10.529,94
Rótulo de Linha de Produtos (até 05 produtos)	R\$ 17.198,90	R\$ 7.370,96	R\$ 24.569,86
Rótulo Promocional	R\$ 5.264,97	R\$ 3.509,98	R\$ 8.774,95
Rótulo / Reformulação	R\$ 4.512,83	R\$ 3.509,98	R\$ 8.022,81
Sacola Institucional	R\$ 5.966,97	R\$ 2.557,27	R\$ 8.524,24
Sacola Promocional	R\$ 2.456,99	R\$ 1.052,99	R\$ 3.509,98

/// Materiais Impressos, Capas e Páginas

PEÇA >	Layout >	Finalização >	2024 >
Agenda Capa	R\$ 2.105,99	R\$ 1.403,99	R\$ 3.509,98
Agenda Projeto / Finalização	R\$ 6.317,96	R\$ 4.211,98	R\$ 10.529,94
Álbum Capa	R\$ 2.256,42	R\$ 2.131,06	R\$ 4.387,47
Álbum Projeto / Finalização	R\$ 4.763,54	R\$ 5.515,68	R\$ 10.279,23
Apostila Capa	R\$ 2.331,63	R\$ 2.632,48	R\$ 4.964,11
Apostila Desenvolvimento (por pág)	R\$ 702,00	R\$ 676,92	R\$ 1.378,92
Book Projeto / Finalização	R\$ 5.264,97	R\$ 3.509,98	R\$ 8.774,95
Broadside Projeto / Finalização	R\$ 6.668,96	R\$ 2.858,13	R\$ 9.527,09
Caderno Capa	R\$ 2.206,27	R\$ 1.479,21	R\$ 3.685,48
Caderno Desenvolvimento (por pág)	R\$ 492,31	R\$ 209,69	R\$ 702,00
Calendário de Mesa 1 lâmina	R\$ 2.632,48	R\$ 1.754,99	R\$ 4.387,47
Calendário de Mesa Múltiplas Lâminas	R\$ 4.211,98	R\$ 2.807,98	R\$ 7.019,96
Calendário de Parede 1 Lâmina	R\$ 2.632,48	R\$ 1.754,99	R\$ 4.387,47
Calendário de Parede Múltiplas Lâminas	R\$ 4.211,98	R\$ 2.807,98	R\$ 7.019,96
Cardápio Projeto / Finalização	R\$ 6.317,96	R\$ 4.211,98	R\$ 10.529,94
Carnê Capa	R\$ 1.579,49	R\$ 1.052,99	R\$ 2.632,48
Carnê Miolo	R\$ 1.579,49	R\$ 1.052,99	R\$ 2.632,48
Cartaz / Poster (de Arte)	R\$ 4.663,26	R\$ 3.108,84	R\$ 7.772,10
Cartaz Institucional	R\$ 3.158,98	R\$ 2.105,99	R\$ 5.264,97
Cartaz Promocional	R\$ 2.105,99	R\$ 1.403,99	R\$ 3.509,98
Cartazete	R\$ 1.579,49	R\$ 1.052,99	R\$ 2.632,48
Carteirinha	R\$ 526,50	R\$ 351,00	R\$ 877,49

/// Materiais Impressos, Capas e Páginas

PEÇA >	Layout >	Finalização >	2024 >
Circular / Carta	R\$ 632,48	R\$ 420,51	R\$ 1.052,99
Convite	R\$ 3.158,98	R\$ 2.105,99	R\$ 5.264,97
Diploma / Certificado	R\$ 1.579,49	R\$ 1.052,99	R\$ 2.632,48
Editoração Tabela ou Gráfico	R\$ 1.052,99	R\$ 702,00	R\$ 1.754,99
Folder (por dobra)	R\$ 3.685,48	R\$ 1.579,49	R\$ 5.264,97
Formulário	R\$ 843,31	R\$ 560,69	R\$ 1.403,99
Ingresso	R\$ 2.105,99	R\$ 1.403,99	R\$ 3.509,98
Mala Direta	R\$ 4.843,32	R\$ 3.229,64	R\$ 8.072,95
Press Release (por lauda)	-	-	R\$ 1.754,99

/// Materiais Promocionais

PEÇA >	Layout >	Finalização >	2024 >
Adesivo até 50 x 50 cm	R\$ 1.174,77	R\$ 699,38	R\$ 1.874,15
Adesivo acima de 50 x 50 cm	R\$ 3.071,23	R\$ 1.316,24	R\$ 4.387,47
Avental	R\$ 1.754,99	R\$ 1.052,99	R\$ 2.807,98
Back Drop	R\$ 1.629,63	R\$ 1.880,35	R\$ 3.509,98
Balcão para Degustação	R\$ 2.883,20	R\$ 3.434,77	R\$ 6.317,96
Bandeira	R\$ 702,00	R\$ 965,24	R\$ 1.667,24
Bandeirola	R\$ 702,00	R\$ 965,24	R\$ 1.667,24
Banner	R\$ 852,42	R\$ 1.078,07	R\$ 1.930,49
Baralho	R\$ 1.629,63	R\$ 3.284,34	R\$ 4.913,97
Bexiga / Bola / Balão	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99

/// Materiais Promocionais

PEÇA >	Layout >	Finalização >	2024 >
Blimp	R\$ 1.629,63	R\$ 1.529,35	R\$ 3.158,98
Bloco de Recados	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Boné	R\$ 852,42	R\$ 1.078,07	R\$ 1.930,49
Botton	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Braçadeira	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Caixa de Fósforo	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Caixa / Dispenser / Urna	R\$ 2.224,42	R\$ 1.816,75	R\$ 4.041,17
Calendário de Bolso	R\$ 1.153,28	R\$ 1.128,21	R\$ 2.281,49
Camiseta	R\$ 1.078,07	R\$ 676,92	R\$ 1.754,99
Caneta / Lápis	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Canivete / Faca	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Cartão de Agradecimento	R\$ 2.071,80	R\$ 886,61	R\$ 2.958,41
Cartão de Aniversário	R\$ 2.256,42	R\$ 1.955,56	R\$ 4.211,98
Cartão de Natal	R\$ 2.256,42	R\$ 1.955,56	R\$ 4.211,98
Cartão Magnético / Crédito	R\$ 2.256,42	R\$ 1.955,56	R\$ 4.211,98
Cartão Postal	R\$ 1.078,07	R\$ 1.554,42	R\$ 2.632,48
Carteira para docs. Veículos etc.	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Cartela de Preço	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Chapéu	R\$ 1.078,07	R\$ 676,92	R\$ 1.754,99
Chaveiro	R\$ 1.078,07	R\$ 676,92	R\$ 1.754,99
Cinta	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Cinzeiro	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Copo / Caneca / Garrafa	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99

/// Materiais Promocionais

PEÇA >	Layout >	Finalização >	2024 >
Crachá / Credencial	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Cupom	R\$ 1.078,07	R\$ 1.027,92	R\$ 2.105,99
Deflector Solar	R\$ 1.754,99	R\$ 1.052,99	R\$ 2.807,98
Display de Balcão	R\$ 1.754,99	R\$ 1.052,99	R\$ 2.807,98
Display de Ponta de Gôndola	R\$ 1.754,99	R\$ 1.052,99	R\$ 2.807,98
Display de Preço	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Display de Vitrine	R\$ 1.504,28	R\$ 1.228,49	R\$ 2.732,77
Estandarte	R\$ 852,42	R\$ 1.078,07	R\$ 1.930,49
Faixa de Gôndola	R\$ 702,00	R\$ 877,49	R\$ 1.579,49
Ficha de Inscrição	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Fita de Cabeça / Pulso	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Flâmula	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Flyer / Folheto / Panfleto / Filipeta (frente e verso)	R\$ 1.629,63	R\$ 1.529,35	R\$ 3.158,98
Flyer / Folheto / Panfleto / Filipeta (frente)	R\$ 1.203,42	R\$ 902,57	R\$ 2.105,99
Galhardete	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Guardanapo	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Guarda-sol	R\$ 1.754,99	R\$ 1.052,99	R\$ 2.807,98
Imã de Geladeira	R\$ 1.203,42	R\$ 902,57	R\$ 2.105,99
Inflável	R\$ 2.983,48	R\$ 1.278,64	R\$ 4.262,12
Lenço	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Leque	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Marcador de página	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Medalha	R\$ 1.203,42	R\$ 902,57	R\$ 2.105,99

/// Materiais Promocionais

PEÇA >	Layout >	Finalização >	2024 >
Móbile	R\$ 1.504,28	R\$ 1.830,20	R\$ 3.334,48
Mouse pad	R\$ 1.504,28	R\$ 1.303,71	R\$ 2.807,98
Nécessaire	R\$ 1.504,28	R\$ 1.303,71	R\$ 2.807,98
Painel Fotográfico	R\$ 2.005,70	R\$ 1.629,63	R\$ 3.635,34
Painel / Fundo de Palco	R\$ 4.299,73	R\$ 1.842,74	R\$ 6.142,46
Papel de Bandeja	R\$ 2.005,70	R\$ 1.629,63	R\$ 3.635,34
Passador de Gôndola	R\$ 1.754,99	R\$ 1.052,99	R\$ 2.807,98
Pen Drive	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Placa Inaugurativa / Comemoração	R\$ 1.754,99	R\$ 1.052,99	R\$ 2.807,98
Plaqueta	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Porta Copo	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Praguinha	R\$ 702,00	R\$ 1.052,99	R\$ 1.754,99
Prancha PVC	R\$ 1.203,42	R\$ 902,57	R\$ 2.105,99
Press-kit / Pasta (capa e por lâmina)	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Raspadinha	R\$ 1.754,99	R\$ 1.052,99	R\$ 2.807,98
Régua	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Risque-Rabisque	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Saia de mesa / Faixa de mesa	R\$ 702,00	R\$ 1.052,99	R\$ 1.754,99
Selo	R\$ 1.754,99	R\$ 1.052,99	R\$ 2.807,98
Stand para feiras / Envelopagem acima de 25 mts	R\$ 5.891,75	R\$ 9.903,16	R\$ 15.794,91
Stand para feiras / Envelopagem até 15 mts	R\$ 4.036,48	R\$ 5.239,90	R\$ 9.276,38
Stand para feiras / Envelopagem de 15 a 25 mts	R\$ 4.011,41	R\$ 8.273,52	R\$ 12.284,93
Take One	R\$ 2.381,77	R\$ 2.005,70	R\$ 4.387,47

/// Materiais Promocionais

PEÇA >	Layout >	Finalização >	2024 >
Toalha	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Troféu	R\$ 2.381,77	R\$ 2.005,70	R\$ 4.387,47
Viseira	R\$ 702,00	R\$ 702,00	R\$ 1.403,99
Welcome Package	R\$ 2.381,77	R\$ 2.005,70	R\$ 4.387,47
Woobler	R\$ 2.333,91	R\$ 1.000,57	R\$ 3.334,48

/// Live Marketing

PEÇA >	2024 >
Planejamento de Ação Promocional	R\$ 19.543,28
Planejamento de Ativação	R\$ 12.114,06
Planejamento de Evento	R\$ 33.416,09
Planejamento de Campanha de Incentivo	R\$ 14.444,09
Planejamento de Convenção	R\$ 14.564,92

/// Outros Serviços

SERVIÇO >	2024 >
Tratamento de Imagens (simples)	R\$ 501,43
Valor de arte mínima	R\$ 702,00
Vetorização (por Logotipo)	R\$ 250,71

/// Design Gráfico Político > Identidade Visual

POSIÇÃO >	2024 >
Governador	R\$ 438.747,48
Senador	R\$ 401.140,56
Deputado Federal	R\$ 300.855,42
Deputado Estadual	R\$ 188.034,64
Prefeito Capital	R\$ 300.855,42
Prefeito Interior	R\$ 150.427,71
Vereador Capital	R\$ 100.285,14
Vereador Interior	R\$ 56.410,39

/// Multimídia

PEÇA >	2024 >
Apresentação até 30 Telas	R\$ 6.017,11
Apresentação acima de 30 Telas	a combinar

/// Serviços Adicionais

PEÇA >	2024 >
Cópia com CD	R\$ 62,68
Cópia com Pen Drive (unidade até 8 gigas)	R\$ 100,29
Digitação de Textos (por lauda até 1.200 toques)	R\$ 438,75
Digitação de Textos / Outros idiomas (por lauda)	R\$ 657,55

ÍNDICE /// digital

Anúncios Display	22
Formatos Publicitários Mais Utilizados	22
Outras Peças	24
Vídeos Curtos e Cartelados.....	24
Projetos > Campanhas Digitais	25
Projetos > Redes Sociais	26
Projetos > SEO (Search Engine Optimization)	27
Projetos > Website.....	29
Projetos > Hotsite.....	29
Projetos > Mobile Site.....	29
Projetos > Blog	30
Projetos > Landing Page	30
Projetos > Mobile App	31
Projetos > E-commerce	31
Projetos > E-mail Marketing.....	32
Projetos > Newsletter	32
Modelo de Precificação Opcional	33

> **off** / pág. 2

/// Anúncios Display

PEÇA / TIPO >		Preço Referência >	
Master (quaisquer dimensões)		R\$ 4.255,28	
		ESTÁTICO	ANIMADO
Adaptação (quaisquer dimensões)	R\$ 1.632,71	R\$ 1.866,67	
		POR FORMATO	18 FORMATOS GND*
Replicação (Ajustes de especificações para outros veículos)	R\$ 479,50	R\$ 2.227,93	

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

/// Formatos Publicitários Mais Utilizados

PEÇA >	Dimensões em Pixels
Arranha-céu (Skyscraper)	120 X 600
Arranha-céu largo (Wide skyscraper)	160 x 600
Banner	468 x 60
Super banner (Cabeçalho)	728 x 90
Super banner expansível	728 x 90 - 728 x 300
Giga banner (Cabeçalho grande)	970 x 90
Retângulo	180 x 150
Retângulo médio	300 x 250
Retângulo grande	336 x 280
Retângulo vertical	240 x 400
Barra vertical	200 x 446
Quadrado	250 x 250
Quadrado pequeno	200 x 200

/// Formatos Publicitários Mais Utilizados

PEÇA >	Dimensões em Pixels
Meia página (Half page)	300 x 600
Outdoor (Billboard)	970 x 250
Dhtml / Floater	Variável, até 72.200 pixels de área
MOBILE	
Feature Phones >	
Small Banner	120 x 20
Medium Banner	168 x 28
Large Banner	216 x 36
Smart Phones - Web & APPs >	
Banner e Banner Expansível	300 x 50
Wide Banner e Wide Banner Expansível	320 x 50
Interstitial	300 x 250

Observação:

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

/// Outras Peças

PEÇA >	Criação / Finalização
Post simples/Anúncio Redes Sociais (jpg/gifs + texto)	R\$ 3.822,23
Post Carrossel (jpg/gifs + texto)	R\$ 7.644,46
Cover para Redes Sociais	R\$ 3.822,23
Card para WhatsApp	R\$ 4.254,52
Header para Redes Sociais (Facebook, YouTube, Instagram e LinkedIn)	R\$ 4.255,61
Avatar	R\$ 4.256,69
Convite Digital (e-mail, WhatsApp ou Redes Sociais)	R\$ 4.257,78
Wallpaper/Descanso de tela	R\$ 4.258,86
Criação / Animação / Programação	
Anúncio para Tablet Horizontal ou Vertical	R\$ 8.510,56
Anúncio para Tablet Horizontal e Vertical	R\$ 12.765,84

Observações:

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

/// Vídeos Curtos e Cartelados

PEÇA >	Criação / Finalização
Vídeos digitais para Mídia Indoor* 15" / 30" / 45" / 60"	R\$ 16.280,06
Vídeos curtos para Redes Sociais/Vídeos cartelados*	R\$ 5.426,69
Vinheta 5" ou 7" (vinheta de abertura e encerramento)	R\$ 1.193,87

*Sem captação, sem locução, mas utilizando recursos como gifs, animação simples de imagens, motion graphics.

/// Projetos > Campanhas Digitais

SERVIÇO / ESCOPO >

Preço Referência >

>>> PLANEJAMENTO DE CAMPANHA

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

<p>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.</p>	<p>R\$ 40.228,02</p>
<p>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.</p>	<p>R\$ 27.464,45</p>

Observação:

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

SERVIÇO / ESCOPO >

Preço Referência >

>>> GESTÃO DE CAMPANHA DE PERFORMANCE

Acompanhamento diário da campanha, com otimização constante, incluindo a implementação de recursos e ferramentas que visam garantir a melhor performance da conta, além do controle orçamentário da campanha.

<p>REDE DE PESQUISA (LINKS PATROCINADOS) Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.</p>	<p>20% da verba gerenciada</p>
<p>REDE DE DISPLAY Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.</p>	<p>20% da verba gerenciada</p>
<p>PROGRAMÁTICA Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.</p>	<p>20% da verba gerenciada</p>

Observação:

Preço mínimo para Gestão de Campanha de Performance: R\$ 5.705,70/mês.

/// Projetos > **Redes Sociais**

SERVIÇO / ESCOPO >

Preço Referência >

>>> PLANEJAMENTO DE REDES SOCIAIS

O planejamento de redes sociais inclui definição dos objetivos, conteúdo, plataformas e canais, incluindo a identidade visual desses canais, recursos a serem utilizados, persona da marca, métricas e monitoramento de resultados. Exige um diagnóstico que consiste em mapear a atuação da marca nas diversas plataformas sociais e a identidade percebida e compartilhada por seus stakeholders.

<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico da presença nas redes sociais • Definição dos objetivos a serem atingidos • Avaliação das melhores plataformas para a marca e definição do papel estratégico de cada uma • Criação de guia de conteúdo, incluindo a identidade visual, recursos a ser utilizados, persona da marca, tom de voz, editorial e volumetria • Definição de métricas para acompanhamento • Definição de ferramentas para análise de desempenho 	<p>R\$ 30.997,22</p>
---	----------------------

>>> GESTÃO DE REDES SOCIAIS

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

<p>GESTÃO DE CANAIS E CONTEÚDO</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 seguinte 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 	<p>R\$ 14.245,05 / Mês</p>
---	----------------------------

/// Projetos > **Redes Sociais**

SERVIÇO / ESCOPO >	Preço Referência >
<p>GESTÃO DE MONITORAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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\$ 8.634,94 / Mês
<p>GESTÃO DE RELACIONAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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\$ 12.535,64 / Mês

Observação:

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

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

SERVIÇO / ESCOPO >	Preço Referência >
<p>>>> PLANEJAMENTO</p> <p>Etapa fundamental para o sucesso dos projetos de SEO, o planejamento identifica os melhores termos (palavras-chave) e melhores canais para posicionar a marca, considerando o produto/serviço, concorrência e, principalmente, volume de buscas na internet, a fim de assegurar o melhor posicionamento da marca nos sites de busca. São definidas as metas e os KPIs que nortearão a gestão de SEO. Estratégias de link building, conteúdo e performance também são definidas no planejamento, bem como melhorias técnicas para otimizar a indexabilidade nos mecanismos de busca</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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\$ 26.780,69

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

SERVIÇO / ESCOPO >

Preço Referência >

>>> **GESTÃO**

A gestão de SEO é um trabalho contínuo, visto que os algoritmos de busca evoluem constantemente. Inclui link building, instruções técnicas para otimização de páginas, códigos do site, otimização do conteúdo e das imagens, instruções para otimização de back-links e, principalmente, gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento.

DIAGNÓSTICO E SETUP INICIAL DO CANAL

Consiste em ações técnicas no canal, executadas no início do trabalho de gestão, que visam corrigir falhas e tornar o canal ótimo e relevante pelos buscadores.

<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<p>R\$ 13.105,45</p>
---	----------------------

Observação:

Preço para 20 Seções/Templates.

>>> **GESTÃO DE SEO**

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

<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<p>R\$ 10.826,24 / Mês</p>
---	----------------------------

Observação:

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

/// Projetos > Website

SERVIÇO / ESCOPO >	Preço Referência >
Responsivo com 10 seções. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end para um novo website. Painel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 42.279,31
CRIAÇÃO >	Preço Referência >
Website	R\$ 16.911,72

/// Projetos > Hotsite

SERVIÇO / ESCOPO >	Preço Referência >
Tecnicamente idêntico ao website, porém com uma estrutura de seções menor e mais focada a lançamentos de promoções, concursos, eventos, entre outros. Possui um período de vida definido e precisa ter uma estratégia de comunicação bem elaborada, alinhada com a estratégia da campanha.	
Hotsite de evento com 8 seções, sem meio de pagamento ou controles integrados. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Painel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 24.340,79
CRIAÇÃO >	Preço Referência >
Hotsite	R\$ 9.737,91

/// Projetos > Mobile Site

SERVIÇO / ESCOPO >	Preço Referência >
Um Mobile Site possui as mesmas características de um website, porém devem ser consideradas premissas técnicas essenciais para elevar a experiência do usuário e otimizar muito o desempenho, visto que será utilizados em dispositivos móveis.	
Versão de um website já existente. 10 seções: Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias (fotos, vídeos), Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Painel de Administração para atualização de conteúdo. HTML, desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes em até 10 resoluções diferentes de dispositivos móveis.	R\$ 25.299,20

/// Projetos > **Blog**

SERVIÇO / ESCOPO >	Preço Referência >
O Blog nada mais é que um website com foco em divulgar rapidamente informações de um modo simples e rápido.	
Responsivo com 5 seções: Home, Categoria de conteúdo, Conteúdo, Resultados de Busca e Fale conosco. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Painel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 16.410,29
CRIAÇÃO >	Preço Referência >
Blog	R\$ 6.564,12

/// Projetos > **Landing Page**

SERVIÇO / ESCOPO >	Preço Referência >
Página criada exclusivamente como destino de uma campanha. Tem como principal objetivo informar o usuário sobre uma determinada ação, lançamento, promoção com foco em aumentar o engajamento e conversão.	
Página única de campanha já definida no planejamento, responsiva, com os seguintes elementos: Até 3 banners em slider, até 2 blocos de textos, até 10 imagens, até 3 vídeos incorporados de ferramenta de terceiros, formulário de captação que envia um e-mail ao administrador. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 8.113,98
CRIAÇÃO >	Preço Referência >
Landing Page	R\$ 3.245,59

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

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

/// Projetos > **Mobile App**

SERVIÇO / ESCOPO >	Preço Referência >
<p>Desenvolvimento de aplicativo híbrido, proprietário, para as plataformas Android e IOS. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end.</p> <p>Funcionalidades: Login, Logout, Esqueci minha senha, Termos de Uso, Cadastro, Sobre o Aplicativo, Galeria de Fotos, Notícias, Push notification, Eventos, Alteração de dados cadastrais. Painel de Administração para atualização de conteúdo e APIs de integração entre o Back-end e o APP. Compatibilidade e testes nas últimas versões de sistema operacional dos principais dispositivos.</p>	R\$ 65.641,18

Observação:

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

/// Projetos > **E-commerce**

SERVIÇO / ESCOPO >	Preço Referência >
<p>Customização de e-commerce, utilizando plataforma de mercado existente. Em caso de plataformas open-source, é definido um tema padrão e com base nisso é feita toda customização. Em caso de plataforma proprietária, é utilizado o tema já existente e feito as customizações dentro dos limites da plataforma.</p>	
<p>E-commerce para empresas de pequeno e médio porte com nível de maturidade média em venda on-line. Layout e desenvolvimento front-end e back-end. Personalização das seguintes páginas: Home, Categoria de Produtos, Produto, Carrinho de Compras, Finalização de Pedido, Resultados de Busca, Institucional. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.</p>	R\$ 54.928,90
CRIAÇÃO >	Preço Referência >
E-commerce	R\$ 21.971,56

Observações:

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

/// Projetos > **E-mail Marketing**

SERVIÇO / ESCOPO >	Preço Referência >
criação e produção do HTML Criação de layout com conteúdo produzido a partir de briefing do cliente, mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração.	R\$ 3.822,23
OUTROS SERVIÇOS DE E-MAIL MARKETING Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.	<i>sob consulta</i>

/// Projetos > **Newsletter**

SERVIÇO / ESCOPO >	Preço Referência >
criação e produção do HTML Criação de layout mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração. <i>*Conteúdo especializado produzido pelo cliente.</i>	R\$ 3.822,23
OUTROS SERVIÇOS DE NEWSLETTER Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.	<i>sob consulta</i>

/// Modelo de Precificação Opcional

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

Exemplos:

- Site, mobile site, hotsite, e-commerce, landing page, blog e mobile app;
- Análise de presença, Planejamento e Gestão de marcas em redes sociais;
- Planejamento e Gestão de campanhas digitais;
- Planejamento, setup e gestão de SEO;
- Produção de conteúdo especializado e multimídia para sites, redes sociais, etc;
- Criação e produção de Intervenções diferenciadas.

O orçamento final será baseado em três pilares essenciais:

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

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

ÁREAS	Custo Hora-Homem
Planejamento	R\$ 433,05 a R\$ 540,90
Atendimento e Gestão	R\$ 347,58 a R\$ 434,19
Design/Criação	R\$ 347,58 a R\$ 434,19
Produção de Conteúdo (web ou redes sociais)	R\$ 300,85 a R\$ 368,09
Programação	R\$ 259,83 a R\$ 347,58

/// Critérios Gerais

01) Os critérios gerais seguem rigorosamente as Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, bem como a Legislação da Indústria da Propaganda, particularmente a Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e os Decretos nº57.690 de 1º fevereiro de 1966 e nº 4.563/2002.

02) Os custos internos são cobrados conforme previsto nos itens 3.6, 3.8 e 3.10 das Normas-Padrão do CENP – (Conselho Executivo das Normas-Padrão). São compostos dos custos de criação e arte-final, adicionados dos demais recursos utilizados para a confecção dos materiais do cliente, como digitalização de imagens (scanner), vetorização de logotipos, editoração, impressões, entre outros.

Com o objetivo de assegurar a qualidade técnica dos trabalhos produzidos por agências de publicidade, o SINAPRO/MS, apoiando-se em pesquisas, confirmou que eventuais negociações de custos internos entre clientes e agências com descontos superiores a 50% (cinquenta por cento) sobre os preços da presente tabela referencial tem o potencial de afetar negativamente a qualidade e o ritmo dos serviços prestados pelas agências.

Por isso, reiteramos que, em relação aos custos internos, o SINAPRO/MS recomenda que quando houver negociação de valores, a exemplo do montante da verba publicitária, que o eventual percentual de desconto sobre os valores constantes na presente tabela não ultrapasse 50% (cinquenta por cento), com a finalidade de manter a qualidade dos serviços prestados pelas agências de publicidade no âmbito de Mato Grosso do Sul.

03) Remuneração da agência de propaganda:

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

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

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

04) Critérios de Permuta: É livre a contratação de permuta de espaço, tempo ou serviço publicitário entre Veículos de Comunicação e Anunciantes, diretamente ou mediante a participação da Agência de Publicidade responsável pela conta publicitária. O respectivo contrato deverá, necessariamente, estabelecer a quem competirá remunerar a Agência, podendo este ônus recair sobre o Veículo ou sobre o Anunciante, isoladamente, ou sobre ambos e em qual proporção. Quando o contrato for omissivo a respeito, a Agência titular dos direitos autorais sobre o material a ser veiculado fará jus ao "desconto padrão de agência", na forma do item 2.5 combinado com o item 4.1 das Normas-Padrão do CENP.

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

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

07) Critério para remuneração de "Fee" mensal: Como alternativa à remuneração através do "desconto padrão de agência", é facultada a contratação de serviços de Agência de Publicidade mediante "fees" ou "honorários de valor fixo", a serem ajustados por escrito entre Anunciante e Agência, respeitado o disposto no item 2.9 das Normas-Padrão do CENP. O "fee" poderá ser cumulativo ou alternativo à remuneração de Agência decorrente da veiculação ("desconto padrão de agência"); de produção externa, de produção interna e de outros trabalhos eventuais e excepcionais, tais como serviços de relações públicas, assessoria de imprensa etc. Em qualquer situação ou modalidade de aplicação do "fee", a Agência deverá ser remunerada em valor igual ou aproximado ao que ela receberia caso fosse remunerada na forma do item 2.5.1, sempre de comum acordo entre as partes, contanto que os serviços contratados por esse sistema sejam os abrangidos no item 3.1 e preservados os princípios definidos nos itens 2.7, 2.8, 2.9 e 3.4. Para adequação dos valores de remuneração de Agência através de "fee", como forma de evitar a transferência ou concessão de benefícios ao Cliente/Anunciante pela Agência, contrariando as Normas-Padrão, bem como as normas legais aplicáveis à espécie, recomenda-se a revisão, a cada 6 (seis) meses, dos valores efetivamente aplicados pelo Cliente/Anunciante em publicidade, em comparação aos valores orçados inicialmente ("budgets" de publicidade) e que tenham servido como parâmetro para a fixação dos valores do "fee".

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

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

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

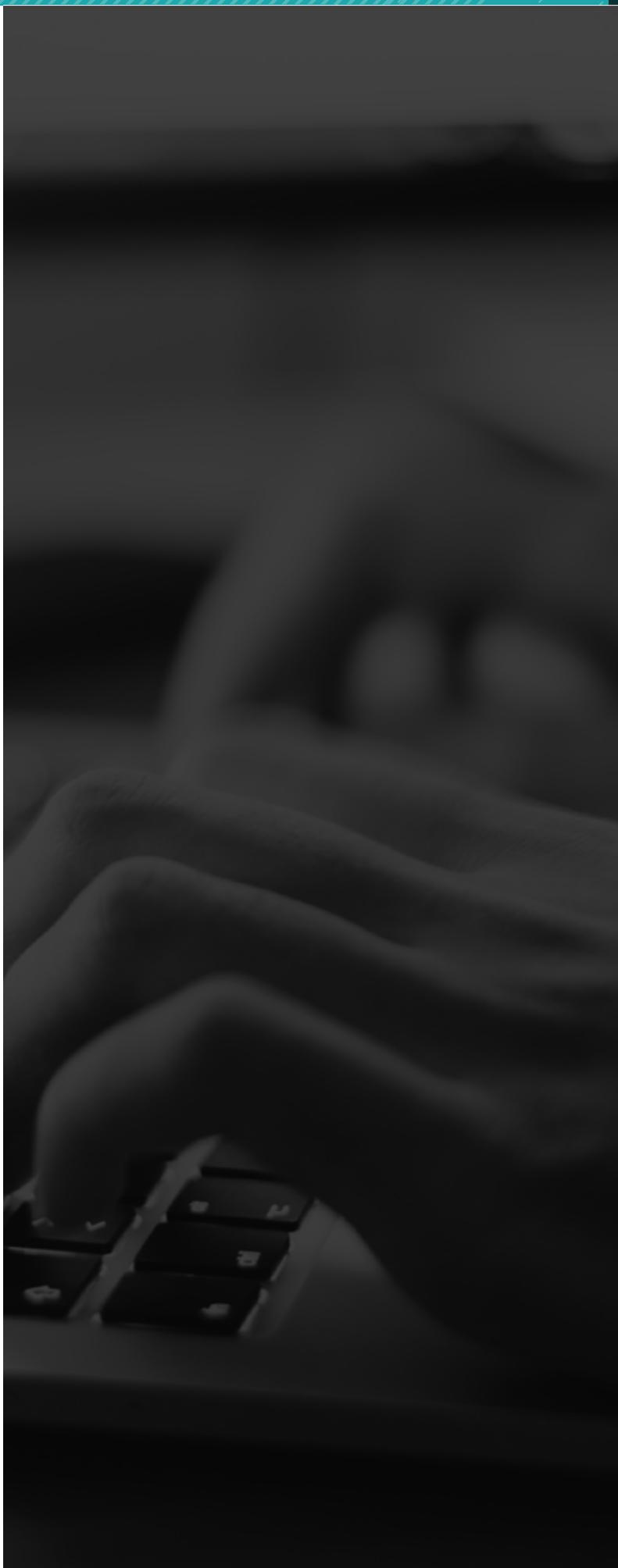
11) Sempre que os serviços solicitados pelo cliente e executados pela Agência não sejam realizados, veiculados ou venham a ser cancelados, a Agência os cobrará de acordo com estes Custos Referenciais, a fim de ressarcir de suas despesas com planejamento, layout, concepção etc.

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

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

14) Hora técnica de consultoria em propaganda e marketing, diagnóstico empresarial: R\$ 752,14.

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





*Valores vigentes até a publicação da nova lista de custos referenciais para serviços de publicidade.

Tel: (67) 99661-6453
www.sinaproms.org.br