



CAMPINA GRANDE

PREFEITURA MUNICIPAL



Baixe o APP Compras.gov.br
e apresente sua proposta!

Assinado por 4 pessoas: MARISETE FERREIRA TAVARES, LIARA LIRA DA COSTA, LUCAS DINIZ MAIA e EMANUELA PRISCILA ARAUJO PEREIRA
Para verificar a validade das assinaturas, acesse <https://campinagrande.1doc.com.br/verificacao/97E4-D8AB-C143-0B8A> e informe o código 97E4-D8AB-C143-0B8A





ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 9.01.02/2025
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 739/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 41.611/2025

UASG 981981

GABINETE DO PREFEITO
CENTRAL DE COMPRAS – CDC

OBJETO:

EXECUÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA, NO MUNICÍPIO DE CAMPINA GRANDE, ESTADO DA PARAÍBA.

VALOR ESTIMADO DA CONTRATAÇÃO:

R\$ 15.000.000,00 (quinze milhões).

DATA E LOCAL DA SESSÃO PÚBLICA

Data: 26/08/2025 ÀS 09H30:

Local: Auditório da Secretaria de Administração, situado à Rua Irineu Joffily, nº 304, 2º andar, Centro, Campina Grande – PB.

CRITÉRIO DE JULGAMENTO:

Melhor Técnica

MARISETE FERREIRA TAVARES
Presidente da Comissão Especial

LUCAS DINIZ MAIA
Membro Titular

LIARA LIRA DA COSTA
Membro Titular

EMANUELA PRISCILA ARAUJO PEREIRA
Membro Titular



VERIFICAÇÃO DAS ASSINATURAS



Código para verificação: 97E4-D8AB-C143-0B8A

Este documento foi assinado digitalmente pelos seguintes signatários nas datas indicadas:



MARISETE FERREIRA TAVARES (CPF 012.XXX.XXX-04) em 02/07/2025 16:14:27 GMT-03:00

Papel: Parte

Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)



LIARA LIRA DA COSTA (CPF 016.XXX.XXX-33) em 02/07/2025 16:15:31 GMT-03:00

Papel: Parte

Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)



LUCAS DINIZ MAIA (CPF 102.XXX.XXX-42) em 02/07/2025 16:16:22 GMT-03:00

Papel: Parte

Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)



EMANUELA PRISCILA ARAUJO PEREIRA (CPF 053.XXX.XXX-60) em 02/07/2025 16:16:55
GMT-03:00

Papel: Parte

Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)

Para verificar a validade das assinaturas, acesse a Central de Verificação por meio do link:

<https://campinagrande.1doc.com.br/verificacao/97E4-D8AB-C143-0B8A>



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

CONCORRÊNCIA Nº 9.01.02/2025

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 739/2025

Processo Administrativo (Ofício Interno / Memorando) nº 41.611/2025

Torna-se público, para conhecimento dos interessados, que a **PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE**, por interveniência do **GABINETE DO PREFEITO**, com Sede à Avenida Barão do Rio Branco, nº 304, Centro, no Município de Campina Grande, Estado da Paraíba, realizará Licitação na Modalidade **CONCORRÊNCIA**, na forma **PRESENCIAL**, cujo critério de julgamento será **“MELHOR TÉCNICA”**, em **REGIME DE EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO**, para contratação do **OBJETO** descrito no **Item 1**, nos termos da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, da Lei de Diretrizes Orçamentárias vigente, do Decreto nº 8.538, de 06 de outubro de 2015, do Decreto nº 7.983, de 08 de abril de 2013, do Decreto nº 9.507, de 21 de setembro de 2018, do Decreto Municipal nº 4.751 de 19 de abril de 2023, Portaria de Penalidades nº 254/2024 e, ainda, de acordo com as condições estabelecidas neste Edital.

1. DO OBJETO

1.1. O objeto da presente licitação é a escolha das propostas mais vantajosas para a **EXECUÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA, NO MUNICÍPIO DE CAMPINA GRANDE, ESTADO DA PARAÍBA**, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Edital e seus anexos.

1.1.1. O objeto da presente concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, 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 supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.

1.1.2. 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 sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, relacionados à execução dos contratos;





ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;
- c) à produção de conteúdo, à criação e à execução técnica de ações e peças de comunicação para canais digitais; e
- d) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão das mensagens e das ações publicitárias.

1.1.2.1. A contratação dos serviços elencados no subitem 1.1 tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas ou informar e orientar o público em geral.

1.1.2.2. O planejamento, previsto no subitem 1.1.1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

1.1.2.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.1.2 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, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
- c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

1.1.2.4. Os serviços previstos nos subitens 1.1.1 e 1.1.2 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de pesquisa de opinião pública, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.1.2.4.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

1.2. Para a prestação dos serviços serão contratadas **2 (duas) agências de propaganda**, doravante denominada agências, licitantes ou contratadas.

1.2.1. Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

- 1.2.2.** As agências atuarão por ordem e conta do ANUNCIANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.1.2, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.
- 1.2.3.** As agências não poderão subcontratar outras agências de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 1.1.1 e 1.1.2 deste Edital.
- 1.2.4.** As agências atuarão de acordo com solicitação do ANUNCIANTE, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 1.1.1 e 1.1.2.
- 1.2.5.** Para execução dos serviços, o ANUNCIANTE instituirá procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela Administração e publicada na imprensa oficial, conforme disposto no art. 2ª, §4º, da Lei nº 12.232/2010.
- 1.3.** Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021.

2. DO VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

- 2.1.** O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em **R\$ 15.000.000,00 (quinze milhões de reais)** pelos primeiros **12 (doze) meses**.
- 2.2.** O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 consta da Lei Orçamentária Anual – 2025:

Órgão/Entidade	Classificação orçamentária	Elemento de despesa	Fonte de recursos
Gabinete do Prefeito	04 131 1027 2008	3390 39	15001000
STTP	15 451 1024 2112	3390 39	17520000
Procon	14 422 1005 2144	3390 39	15001000

- 2.3.** O Gabinete do Prefeito, através da Coordenadoria de Comunicação, ou de eventual órgão que venha a sucedê-la, se reserva ao direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.
- 2.4.** No interesse do ANUNCIANTE, a contratada ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no art. 125 da Lei 14.133/2021.



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

- 2.5. Se o ANUNCIANTE optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.
- 2.6. Na prorrogação, o ANUNCIANTE poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.
- 2.7. O ANUNCIANTE poderá, a qualquer tempo, efetuar a revisão dos percentuais de remuneração praticados com a contratada, em decorrência de eventual alteração identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

3. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

3.1. Poderão participar desta licitação as agências de propaganda que atenderem às condições deste Edital e seus anexos, apresentarem os documentos nele exigidos, e que estiverem previamente credenciadas no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores - SICAF e no Sistema de Compras do Governo Federal (www.gov.br/compras).

3.1.1. A exigência de credenciamento prévio no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores - SICAF e no Sistema de Compras do Governo Federal (www.gov.br/compras) fundamenta-se na necessidade de garantir a adequada inserção e gestão das informações relacionadas à licitação e à futura execução contratual no Portal Nacional de Contratações Públicas - PNCP, em conformidade com as disposições da Lei nº 14.133/2021.

3.1.2. É de responsabilidade do cadastrado conferir a exatidão dos seus dados cadastrais nos Sistemas relacionados no item anterior e mantê-los atualizados junto aos órgãos responsáveis pela informação, devendo proceder, imediatamente, à correção ou à alteração dos registros tão logo identifique incorreção ou aqueles se tornem desatualizados.

3.2. A não observância do disposto no item anterior poderá ensejar inabilitação na fase de julgamento.

3.3. Previamente à abertura dos invólucros, será realizada a análise das condições de participação das licitantes, através de consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Empresas Punidas - CNEP, mantido pela Controladoria-Geral da União, e na Lista de Inidôneos, mantida pelo Tribunal de Contas da União - TCU.

3.4. Não poderão disputar esta licitação:

3.4.1. aquele que não atenda às condições deste Edital e seu(s) anexo(s);

3.4.2. autor do anteprojeto, do projeto básico ou do projeto executivo, pessoa física ou jurídica, quando a licitação versar sobre serviços ou fornecimento de bens a ele relacionados;

CONCORRÊNCIA Nº 9.01.02/2025



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

3.4.3. empresa, isoladamente ou em consórcio, responsável pela elaboração do projeto básico ou do projeto executivo, ou empresa da qual o autor do projeto seja dirigente, gerente, controlador, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto, responsável técnico ou subcontratado, quando a licitação versar sobre serviços ou fornecimento de bens a ela necessários;

3.4.4. pessoa física ou jurídica que se encontre, ao tempo da licitação, impossibilitada de participar da licitação em decorrência de sanção que lhe foi imposta;

3.4.5. 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;

3.4.6. empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;

3.4.7. 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;

3.4.8. agente público do órgão ou entidade licitante;

3.4.9. pessoas jurídicas reunidas em consórcio;

3.4.10. Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público - OSCIP, atuando nessa condição;

3.4.11. 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](#).

3.5. O impedimento de que trata o item 3.4.4 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.

3.6. A critério da Administração e exclusivamente a seu serviço, o autor dos projetos e a empresa a que se referem os itens 3.4.2 e 3.4.3 poderão participar no apoio das atividades de planejamento da contratação, de execução da licitação ou de gestão do contrato, desde que sob supervisão exclusiva de agentes públicos do órgão ou entidade.

3.7. Equiparam-se aos autores do projeto as empresas integrantes do mesmo grupo econômico.



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

3.8. A vedação de que trata o item 3.4.8 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.

3.9. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital; e 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.

3.10. 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 Administração, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

4. RETIRADA DO EDITAL

4.1. Este Edital será fornecido pelo ANUNCIANTE de forma gratuita, podendo ser retirado por meio dos sítios abaixo, observados os procedimentos ali previstos:

- a) www.gov.br/pncp
- b) <https://campinagran.de/cdc>
- c) cpmpmcg@campinagrande.pb.gov.br

4.2. O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar o Semanário Oficial do Município de Campina Grande e os endereços eletrônicos citados no subitem anterior, a fim de tomar ciência de eventuais alterações no instrumento convocatório ou informações sobre esta Concorrência.

5. DO CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

5.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Especial de Licitação documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

5.1.1. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original para permitir que a Comissão Especial de Licitação de Licitação ateste sua autenticidade.

5.1.2. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo de Procuração anexa a este Edital. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão Especial de Licitação de Licitação cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

5.1.3. 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.

5.1.4. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

5.1.5. 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 Especial de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 6.2.

6. DO RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

6.1. As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação em 05 (cinco) invólucros distintos e separados, conforme disposto nos itens 7, 10 e 13 deste Edital.

6.2. Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos como segue:

- Dia: Conforme Capa do Edital
- Hora: 09h30
- Local: Auditório da Secretaria de Administração, situado à Rua Irineu Joffily, nº 304, 2º andar, Centro, Campina Grande – PB.

6.2.1. Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente.

6.3. Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Especial de Licitação.

6.4. Os horários mencionados nesse Edital referem-se ao horário de Brasília.

6.5. O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios, obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 19, e na legislação aplicável.



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

7. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

7.1. As regras relativas à entrega da Proposta Técnica estão dispostas no item 1 do Apêndice 1 do Projeto Básico anexo a este Edital.

8. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

8.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com o item 1 do Apêndice 2 do Projeto Básico anexo a este Edital.

9. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

9.1. A Subcomissão Técnica, prevista no item 16, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

9.1.1. Previamente à abertura dos invólucros, será realizada a análise das condições de participação das licitantes, através de consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Empresas Punidas – CNEP, mantido pela Controladoria-Geral da União, e na Lista de Inidôneos, mantida pelo Tribunal de Contas da União – TCU.

9.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os atributos da Proposta Técnica, subdivididos em quesitos e subquesitos listados no Item 2 do Apêndice 2 do Projeto Básico anexo a este Edital.

9.3. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 19.3 ou em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 17 e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

10. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

10.1. As regras relativas à entrega da Proposta de Preços estão dispostas no Item 2 do Apêndice I do Projeto Básico anexo a este Edital.

10.2. Nos valores propostos estarão inclusos todos os custos operacionais, encargos previdenciários, trabalhistas, tributários, comerciais e quaisquer outros que incidam direta ou indiretamente na execução do objeto.

10.3. A apresentação das propostas implica obrigatoriedade do cumprimento das disposições nelas contidas, em conformidade com o que dispõe o Projeto Básico, assumindo o proponente o



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

compromisso de executar o objeto licitado nos seus termos, bem como de fornecer os materiais, equipamentos, ferramentas e utensílios necessários, em quantidades e qualidades adequadas à perfeita execução contratual, promovendo, quando requerido, sua substituição.

10.4. O descumprimento das regras supramencionadas pela Administração por parte dos contratados pode ensejar a responsabilização pelo Tribunal de Contas, após o devido processo legal, gerar as seguintes consequências: assinatura de prazo para a adoção das medidas necessárias ao exato cumprimento da lei, nos termos do [art. 71, inciso IX, da Constituição](#); ou condenação dos agentes públicos responsáveis e da empresa contratada ao pagamento dos prejuízos ao erário, caso verificada a ocorrência de superfaturamento por sobrepreço na execução do contrato.

11. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

11.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta de Preços estruturada de acordo com o Item 1 do Apêndice 3 do Projeto Básico anexo a este Edital.

12. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1. O julgamento final das Propostas Técnicas considerará o disposto nos arts. 37 e 38 na Lei nº 14.133/2021, para o tipo Melhor Técnica.

13. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

13.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação 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.

13.1.1. A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 1.4 do Apêndice 4 do Projeto Básico anexo a este Edital.

13.2. As regras relativas à entrega dos Documentos de Habilitação estão dispostas no Item 3 do Apêndice 1 do Projeto Básico anexo a este Edital.

14. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

14.1. A licitante deverá apresentar seus Documentos de Habilitação de acordo Item 1 do Apêndice 4 do Projeto Básico anexo a este Edital.



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

15. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

15.1. A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação conforme o disposto no item 2 do Apêndice 4 do Projeto Básico anexo a este Edital.

15.2. A verificação pela Comissão Especial de Licitação em sítios eletrônicos oficiais de órgãos e entidades emissores de certidões constitui meio legal de prova para fins de habilitação.

15.3. Após a entrega dos documentos para habilitação, não será permitida a substituição ou a apresentação de novos documentos, salvo em sede de diligência, para ([Lei 14.133/21, art. 64](#)):

15.3.1. complementação de informações acerca dos documentos já apresentados pelos licitantes e desde que necessária para apurar fatos existentes à época da abertura do certame; e

15.3.2. atualização de documentos cuja validade tenha expirado após a data de recebimento das propostas;

15.4. Na análise dos documentos de habilitação, a Comissão 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.

16. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

16.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

16.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 03 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que tenham atuado em uma dessas áreas nos últimos quatro anos, sendo pelo menos um ano de forma ininterrupta em atividades correlacionadas ao objeto desta licitação.

16.2.1. Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terá vínculo funcional ou contratual com o ANUNCIANTE e será indicado pelo Secretário Chefe de Gabinete da Prefeitura Municipal de Campina Grande.

16.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá 6 (seis) integrantes com vínculo com o ANUNCIANTE e 3 (três) sem vínculo com o ANUNCIANTE.

16.3.1. Os nomes remanescentes da relação, após sorteio dos 3 (três) membros da Subcomissão Técnica, serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, sendo convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

- 16.3.1.1.** Para composição da relação prevista no subitem 16.3, a Comissão Especial de Licitação deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 16.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.
- 16.3.2.** A relação dos nomes referidos no subitem 16.2 será publicada no Semanário Oficial do Município de Campina Grande, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.
- 16.3.3.** O sorteio será processado pela Comissão Especial de Licitação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o ANUNCIANTE, nos termos dos subitens 16.2.1, 16.3 e 16.3.1 deste Edital.
- 16.3.4.** 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 subitem 16.3, mediante a apresentação à Comissão Especial de Licitação de justificativa para a exclusão.
- 16.3.5.** 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.
- 16.3.6.** 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.
- 16.3.6.1.** Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos nos subitens 16.3 e 16.3.1 deste Edital.
- 16.3.6.2.** Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.
- 16.3.7.** 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 16.3.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.
- 16.4.** A Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das 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 14.133/2021.



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

16.4.1. Os membros da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência, observados os respectivos modelos:

COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu,, Matrícula nº, lotado no, integrante da Comissão Especial de Licitação responsável pelo processamento do presente processo licitatório - Concorrência nº/..... realizado pelo(a), para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação à qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.
2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 12.813/2013 e da Lei nº 14.133/2021, a:
 - I. NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Comissão Especial de Licitação;
 - II. NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;
 - III. NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Comissão Especial de Licitação que agora ocupo;
 - IV. NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;
 - V. NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Comissão Especial de Licitação;





**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

- VI. NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão Especial de Licitação, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e
- VII. NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente responsável pela presente contratação.

Data: ____ de ____ de ____.

Assinatura do Servidor

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda é processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão/entidade contratante ou de origem, nem da Comissão Especial de Licitação, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independente do cargo/função exercida no órgão contratante ou de origem.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão/entidade contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão Especial de Licitação.



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu,, Matrícula nº, vinculada ao, integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pelo(a), para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.
2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 12.813/2013 e da Lei nº 14.133/2021, a:
 - VIII. NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Comissão Especial de Licitação;
 - IX. NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;
 - X. NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Comissão Especial de Licitação que agora ocupo;
 - XI. NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;
 - XII. NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Comissão Especial de Licitação;
 - XIII. NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão Especial de Licitação, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e
 - XIV. NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente responsável pela presente contratação.

Data: ____ de _____ de ____.

Assinatura do Servidor



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

16.4.1.1. Os membros da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo I do título IV da Lei nº 14.133/2021, no que couber.

17. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

17.1. A juízo da Comissão Especial de Licitação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Semanário Municipal é obrigatória:

- a) nas sessões de recebimento e abertura de invólucros;
- b) através do endereço eletrônico <https://campinagran.de/cdc>;
- c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

18. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

18.1. Eventuais recursos referentes à presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 03 (três) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à autoridade competente do ANUNCIANTE, por intermédio da Comissão Especial de Licitação, protocolizada na Secretaria de Administração, situada à Rua Irineu Joffily, nº 304, 2º andar, Centro, Campina Grande – PB, de segunda à sexta-feira, no horário das 08h às 12h ou das 14h às 17h.

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

18.3. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Especial de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões), à autoridade competente do ANUNCIANTE, que decidirá em 10 (dez) dias úteis contados de seu recebimento.

18.4. 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.

18.5. 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 Especial de Licitação.



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

18.6. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnicas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Especial de Licitação, motivadamente e se houver interesse para o ANUNCIANTE, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

19. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

19.1. Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

19.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 5.1 deste Edital.

19.1.2. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

19.1.3. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

19.1.4. O julgamento final das Propostas Técnicas e a análise dos Documentos de Habilitação da licitante classificada nesse julgamento será efetuado exclusivamente com base nos critérios especificados no presente Edital e seus anexos.

19.1.5. Antes do aviso oficial do resultado desta Concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica e de Preços ou à adjudicação do objeto da licitação à vencedora, cabendo a assinatura do Termo de Responsabilidade tanto pela Comissão Especial de Licitação quanto pela Subcomissão Técnica, observado os modelos dispostos no subitem 16.4.1.

19.1.6. Qualquer tentativa de uma licitante de influenciar a Comissão Especial de Licitação ou a Subcomissão Técnica no julgamento das Propostas Técnicas acarretará sua desclassificação.

19.1.7. Por ocasião da apreciação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação às vistas das licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública, nem sua reprodução direta, sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.

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





**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

Primeira Sessão

19.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 6.2 e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 5.1 deste Edital;
- b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 3 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 das licitantes em condições de participação;
- d) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital e seus anexos.

19.2.1. O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, só será recebido pela Comissão Especial de Licitação se:

- a) não estiver identificado;
- b) não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

19.2.1.1. Na violação de qualquer uma das alíneas 'a', 'b' e 'c' previstas no subitem 19.2.1, a Comissão Especial de Licitação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

19.2.2. A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Especial de Licitação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) retirar e rubricar o conteúdo do Invólucro nº 1;
- c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 17 deste Edital.

19.2.2.1. A Comissão Especial de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 19.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

19.2.2.1.1. Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão Especial de Licitação.

19.2.2.2. Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão Especial de Licitação ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a Comissão Especial de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

19.2.3. A Comissão Especial de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 19.2.2 acima.

19.2.4. Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Especial de Licitação.

19.2.5. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Especial de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 19.2.6 e seguintes. Caso contrário a comissão divulgará o resultado na forma do item 17, abrindo-se o prazo de 05 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

19.2.5.1. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Especial de Licitação, pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 17, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 18 deste Edital.

19.2.6. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

- a) encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos das licitantes relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital e seus anexos;



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

- c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 1;
- d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes;
- e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital e seus anexos;
- f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 3.

19.2.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas 'b' e 'c' do subitem 2.6 do Item 2 do Apêndice 2 do Projeto Básico, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

19.2.6.2. O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso da alínea 'a' do subitem 2.6, em que o descumprimento das regras definidas, para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, resulte na identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

19.2.7. As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 19.2.6 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e as pontuações, de cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de cada licitante.

Segunda Sessão



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

19.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 17, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 2;
- c) cotejar os documentos constantes dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada), para identificação de autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento das Propostas Técnicas;
- f) executar o sorteio previsto no subitem 2.5.1 do Item 2 do Apêndice 2 do Projeto Básico, se for o caso;
- g) informar que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 17, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 18 deste Edital.

19.3.1. Além das demais atribuições, previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, a partir de solicitação da Comissão Especial de Licitação.

Terceira Sessão

19.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico, na forma do item 17, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital e seus anexos para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) identificar as Propostas classificadas, que cumpriram as condições estabelecidas, nos termos dos subitens 1.2 e 1.3 do Apêndice 3 do Projeto Básico e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f) caso seja identificada, entre as duas licitantes mais bem classificadas na fase de julgamento das Propostas Técnicas, Proposta de Preço em desacordo com as condições estabelecidas, a comissão procederá com negociação a fim de promover sua adequação;
- g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo para as contratações previstas no presente certame;
- h) declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas, observado o disposto nos subitens 2.5 e 2.6 do Apêndice 2 do Projeto Básico, as **2 (duas) agências de propaganda** licitantes que:
 - 19.4.7.1.** tenham sido mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica; e
 - 19.4.7.2.** tenha individualmente apresentado a Proposta de Preço adequada às condições estabelecidas, conforme disposto no Apêndice 3 do Projeto Básico, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no art. 61, §1º, da Lei nº 14.133/2021;
- h) informar que o resultado do julgamento final das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 17, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 18 deste Edital.

Quarta Sessão

19.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas, na forma do item 17, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes, nos termos do item 3 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

- c) receber e abrir os Invólucros nº 5 das licitantes em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e seus anexos, e na legislação em vigor;
- e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
- f) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 17, com a indicação das licitantes habilitadas e inhabilitadas, abrindo-se prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea 'c' do inciso I do art. 165 da Lei nº 14.133/2021;
- g) informar que será publicado, na forma do item 17, o nome das licitantes vencedoras desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

20. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

20.1. 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 27.11 deste Edital.

20.2. Serão vencedoras desta concorrência as **2 (duas) agências de propaganda** licitantes que:

- a) tenham sido mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas;
- b) individualmente tenha apresentado a Proposta de Preço adequada às condições estabelecidas, conforme disposto no Apêndice 3 do Projeto Básico, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no art. 61, §1º, da Lei nº 14.133/2021; e
- c) tenham sido habilitadas, observadas as disposições do item 15 deste Edital.

21. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

21.1. As licitantes vencedoras terão o prazo de 48h (quarenta e oito horas), contados a partir da convocação, para assinarem os respectivos instrumentos de contrato, nos moldes da minuta em Anexo deste Edital.

21.1.1 O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do ANUNCIANTE, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pelas licitantes vencedoras.



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

21.1.1.1. Se alguma das licitantes vencedoras não comparecer nos prazos estipulados para assinar o contrato, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para a licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no § 5º, art. 90, da Lei 14.133/2021.

21.2. Antes da celebração dos contratos, o ANUNCIANTE efetuará consulta ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011-Plenário, do Tribunal de Contas da União.

21.3. Os contratos para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogados nos termos da Minuta de Contrato anexa a este Edital.

21.4. O ANUNCIANTE poderá rescindir, a qualquer tempo, os contratos que vierem a ser assinados, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, nos termos da Minuta de Contrato anexa a este Edital.

21.5. A contratada manterá, pelo período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção do contrato, acervo probatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, acompanhados das respectivas informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso.

21.6. As contratadas se obrigam a manter, durante toda a execução dos contratos, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

21.7. As contratadas centralizarão o comando da publicidade do ANUNCIANTE em Campina Grande - Paraíba, onde, para esse fim, manterão sede, filial, sucursal ou escritório, observado o disposto na Minuta de Contrato anexa a este Edital.

21.8. Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital, os elementos apresentados pelas licitantes vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência.

22. GARANTIA DE EXECUÇÃO

22.1. As disposições pertinentes à garantia de execução estão estabelecidas na Minuta de Contrato anexa a este Edital.

23. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE

CONCORRÊNCIA Nº 9.01.02/2025



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

23.1. As obrigações da contratada e do CONTRATANTE, vinculadas à execução do contrato a ser firmado em decorrência do presente certame, estão estabelecidas na Minuta de Contrato anexa a este Edital, conforme o art. 89, §2º, da Lei nº 14.133/2021.

24. FISCALIZAÇÃO

24.1. O ANUNCIANTE nomeará gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução dos contratos resultantes desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar as contratadas, objetivando sua imediata correção, nos termos da Minuta de Contrato anexa a este Edital.

25. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

25.1. A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita nos termos da Minuta de Contrato anexa a este Edital, consoante os preços estabelecidos na Proposta de Preços, observado o item 11 deste Edital.

25.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da Minuta de Contrato anexa a este Edital.

26. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

26.1. As sanções de que trata este Edital são aquelas descritas nos artigos 155 a 163, da Lei nº 14.133/2021, bem como na forma prevista na Portaria de Penalidades SAD Nº 254/2024, disponível através do link cdc.campinagran.de.

26.2. Será aplicada às licitantes vencedoras multa compensatória de até 1% (um por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 2.1, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021, diante das seguintes ocorrências:

- a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;
- b) não manutenção das condições de habilitação e qualificação, a ponto de inviabilizar a contratação.

26.1.2 O disposto no subitem precedente não se aplica às licitante convocadas na forma do subitem 21.1.1.1 deste Edital.

26.3. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pelas contratadas, sem justificativa aceita pelo ANUNCIANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

acarretar as sanções previstas em lei e nos contratos a serem firmados entre as partes, nos termos da Minuta de Contrato anexa a este Edital.

27. DISPOSIÇÕES FINAIS

27.1. É facultada à Comissão Especial de Licitação, 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.

27.2. A Comissão Especial de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas Propostas Técnicas (quesito Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição do ANUNCIANTE para a execução do contrato.

27.3. As normas disciplinadoras da licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os interessados, desde que não comprometam o interesse da Administração, o princípio da isonomia, a finalidade e a segurança da contratação.

27.4. A Comissão Especial de Licitação 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, nas situações previstas nos subitens 27.1 e 27.2 deste Edital.

27.5. Até a assinatura dos contratos, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas ou inabilitadas se o ANUNCIANTE tiver conhecimento de fato desabonador às suas classificações técnicas ou às suas habilitações, conhecido após o julgamento de cada fase.

27.1.5 Se ocorrer desclassificação ou inabilitação de licitante vencedora, por fatos referidos no subitem precedente, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.

27.6. Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com uma ou mais contratadas não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

27.7. 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.

27.8. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o ANUNCIANTE comunicará os fatos verificados ao Conselho Administrativo de Defesa



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

Econômica do Ministério da Justiça e ao Ministério Público Estadual, para as providências devidas.

27.9. 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 art. 337-I do Código Penal, incluído através da Lei nº 14.133/2021.

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

27.11. 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.

27.1.11 A nulidade do procedimento licitatório induz à dos contratos, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 148 da Lei nº 14.133/2021.

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

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

27.13. Correrão por conta do ANUNCIANTE as despesas que incidirem sobre a formalização dos contratos, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Semanário Municipal, na forma prevista no parágrafo único do art. 89, § 1º da Lei nº 14.133/2021.

27.14. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente na Administração.

27.15. O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará o afastamento do licitante, desde que seja possível o aproveitamento do ato, observados os princípios da isonomia e do interesse público.

27.16. Em caso de divergência entre as disposições deste Edital e de seus anexos ou demais peças que compõem o processo, prevalecerá as deste Edital.



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

27.17. O Edital e seus anexos estão disponíveis, na íntegra, no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) e endereço eletrônico cdc.campinagran.de.

27.18. Integram este Edital os seguintes Anexos:

- a) Anexo I: Briefing;
- b) Anexo II: Modelo de Procuração;
- c) Anexo III: Modelo de Proposta de Preços;
- d) Anexo IV: Minuta de Contrato;
- e) Anexo V: Projeto Básico e seus Apêndices;
- f) Anexo VI: Tabela SINAPRO/PB 2025;
- g) Anexo VII: Manual da Marca da Prefeitura Municipal de Campina Grande.

Campina Grande, data da assinatura eletrônica.

FÁBIO RAMALHO DA SILVA

Chefe de Gabinete



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

ANEXO I – BRIEFING



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO

BRIEFING

TEMA: Superando Barreiras: Facilitando o Acesso da População aos Serviços da Prefeitura

1. Situação Geral

Contexto Demográfico e Socioeconômico

- Campina Grande, localizada no estado da Paraíba, é a segunda cidade mais populosa do estado, com 419.379 habitantes, segundo o Censo Demográfico de 2022 do IBGE. A cidade abrange áreas urbanas densamente povoadas e áreas rurais, como os distritos de Galante, São José da Mata e Catolé de Boa Vista, cada uma com características socioeconômicas distintas. A diversidade populacional é evidente, com diferentes níveis de renda, educação e acesso a serviços, refletindo desigualdades típicas de cidades brasileiras, especialmente no Nordeste.
- A Paraíba apresenta uma taxa de analfabetismo de 12,8% para pessoas com 15 anos ou mais, conforme a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2024, divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Isso significa que cerca de 87,2% da população nessa faixa etária é alfabetizada. Em números absolutos, estima-se que aproximadamente 409 mil pessoas com 15 anos ou mais no estado são analfabetas.
- O analfabetismo está fortemente associado à idade, com uma taxa de 33% para pessoas com 60 anos ou mais, enquanto entre os mais jovens os percentuais diminuem progressivamente. Comparado a 2016, quando a taxa era de 15,4%, houve uma redução, mas a Paraíba ainda é o terceiro estado com maior taxa de analfabetismo no Brasil, atrás de Alagoas (14,3%) e Piauí (13,8%).
- A baixa alfabetização impacta diretamente o acesso à informação, especialmente em contextos onde a leitura e a compreensão de textos são essenciais. Isso inclui a navegação em serviços públicos, como saúde, educação e assistência social, onde documentos oficiais, formulários e plataformas digitais são frequentemente utilizados.
- Além disso, dados do IBGE indicam que, apesar de ser um polo industrial e tecnológico, Campina Grande ainda apresenta algumas áreas periféricas com maior pobreza e menor acesso a infraestrutura básica. Essa diversidade impacta diretamente o acesso à informação, com populações de baixa renda e baixa escolaridade enfrentando maiores dificuldades para obter informações sobre serviços públicos.

Serviços Públicos oferecidos pela Prefeitura





ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO

- A Prefeitura de Campina Grande oferece uma variedade de programas e serviços essenciais nas áreas de saúde, educação, assistência social, cultura, esportes, infraestrutura, limpeza urbana e desenvolvimento econômico, buscando atender às necessidades da população.
- Apesar da disponibilidade desses serviços, muitos cidadãos enfrentam dificuldades para acessá-los plenamente. Essas dificuldades incluem a falta de conhecimento sobre os serviços existentes, barreiras burocráticas, dificuldades de deslocamento, falta de acessibilidade e dificuldades no uso de canais de comunicação.
- A Comunicação Institucional da Prefeitura tem um papel fundamental em identificar e superar essas barreiras, garantindo que todos os cidadãos possam usufruir dos serviços a que têm direito.

2. Histórico

- A Comunicação Institucional da Prefeitura de Campina Grande tem evoluído em seus formatos e canais, buscando informar a população sobre suas ações e serviços.
- Iniciativas como a criação de canais digitais e a divulgação de informações em veículos de comunicação locais têm sido importantes para ampliar o alcance da comunicação.
- No entanto, ainda há um desafio em tornar a comunicação mais proativa e focada em resolver os problemas de acesso enfrentados pela população. É necessário que a comunicação não apenas informe, mas também facilite ativamente o acesso aos serviços.

3. Situação-Base

- **Dificuldades de Acesso aos Serviços:**
 - Desconhecimento: Muitos cidadãos não sabem quais serviços estão disponíveis, onde encontrá-los, quais os horários de funcionamento ou quais os critérios de elegibilidade.
 - Barreiras Burocráticas: Processos complexos, excesso de documentação exigida e falta de clareza nos procedimentos podem dificultar o acesso.
 - Dificuldades de Deslocamento: A distância entre a residência e os locais de atendimento, a falta de transporte adequado ou o alto custo do transporte podem ser obstáculos, especialmente para moradores de áreas rurais ou pessoas com mobilidade reduzida.
 - Falta de Acessibilidade: Serviços e informações podem não ser acessíveis a pessoas com deficiência visual, auditiva, motora ou intelectual.





ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO

9. Verba Referencial para Investimento

- R\$ 600.000,00 (Seiscentos Mil Reais)
 - A veiculação deverá contemplar um plano de mídia básico, incluindo, obrigatoriamente, os seguintes veículos: televisão, rádio, mídia digital e outdoors, ficando a critério da licitante a indicação de outros meios alternativos e criativos que julgar pertinentes para o público-alvo.

10. Recursos Próprios de Comunicação

- Site oficial da Prefeitura
- Redes sociais da Prefeitura
- Canais de comunicação interna
- Centrais de atendimento telefônico
- Unidades de atendimento presenciais
- Espaços públicos para eventos e divulgação

11. Pesquisas e Informações Adicionais

- **Carta de Serviços da Prefeitura Municipal de Campina Grande**
 - Link: <https://campinagrande.pb.gov.br/carta-de-servicos/>
- **Dados e Estudos Científicos**
 - Link: <https://recime.com.br/campina-grande/>
- **População em Campina Grande (PB) é de 419.379 pessoas, aponta o Censo do IBGE**
 - O IBGE divulgou nesta quarta-feira (28) os primeiros resultados do Censo Demográfico de 2022. Confira os números da sua cidade.
 - Link: <https://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/2023/06/28/populacao-em-campina-grande-pb-e-de-419379-pessoas-aponta-o-censo-do-ibge.ghtml>
- **Site da Prefeitura Municipal de Campina Grande**
 - Link: <https://campinagrande.pb.gov.br/>
- **Campina Grande mostra força da saúde pública no XXXVIII Congresso Conasems com cinco trabalhos na 20ª Mostra “Brasil, Aqui Tem SUS”**
 - Com uma delegação comprometida e altamente qualificada, o município paraibano leva à Mostra “Brasil, Aqui Tem SUS” cinco experiências exitosas que





ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO

- Link: <https://pagina1pb.com.br/o-maior-sao-joao-do-mundo-sttp-descentraliza-acoes-e-inicia-campanha-educativa-para-coibir-a-combinacao-entre-direcao-e-bebida-alcoolica/>

Campina Grande, data de assinatura eletrônica.

MARCOS ALFREDO ALVES
Coordenador de Comunicação do Município





VERIFICAÇÃO DAS ASSINATURAS



Código para verificação: A555-4255-C560-602B

Este documento foi assinado digitalmente pelos seguintes signatários nas datas indicadas:



MARCOS ALFREDO ALVES (CPF 503.XXX.XXX-87) em 18/06/2025 14:39:08 GMT-03:00

Papel: Parte

Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)

Para verificar a validade das assinaturas, acesse a Central de Verificação por meio do link:

<https://campinagrande.1doc.com.br/verificacao/A555-4255-C560-602B>





ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

ANEXO II – MODELO DE PROCURAÇÃO

OUTORGANTE

Qualificação (nome, endereço, razão social etc)

OUTORGADO

Representante devidamente qualificado

OBJETO

Representar a outorgante na **Concorrência nº 9.01.02/2025** – Gabinete do Prefeito da Prefeitura Municipal de Campina Grande, Estado da Paraíba.

PODERES

Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de propostas técnicas e de preço e documentos de habilitação, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações. Interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

Local e data

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

Observação: Se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada; será necessário comprovar os poderes do outorgante para fazer a delegação.



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

ANEXO III – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À

COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

Referente à Concorrência nº 9.01.02/2025 – Gabinete do Prefeito

1. Preços sujeitos à valoração

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

- a) desconto, a ser concedido à Coordenadoria de Comunicação do Gabinete do Prefeito, ou órgão que venha a substituí-la, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal – SINAPRO/PB, referentes a peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento);
- b) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento);
- c) honorários, a serem cobrados da Coordenadoria de Comunicação do Gabinete do Prefeito, ou órgão que venha a substituí-la, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes aos serviços descritos nas alíneas abaixo:% (.....por cento)
 - i. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato; exceto no tocante a pesquisas de pré-teste;
 - ii. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

iii. à reimpressão de peças publicitárias.

d) honorários, a serem cobrados da Coordenadoria de Comunicação do Gabinete do Prefeito, ou órgão que venha a substituí-la, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento)

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

1.3. O prazo de validade desta Proposta de Preços é de (.....) dias corridos, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no subitem 1.3 do Apêndice 3 do Projeto Básico anexo ao Edital.

2. Outras declarações

2.1. Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos, estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato anexa ao Edital.

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

2.3. Estamos cientes do percentual de repasse devido à Anunciante, correspondente à parcela do desconto-padrão concedido pelos veículos de comunicação à agência, de 3% (três por cento), calculado sobre o valor acertado para cada veiculação, a ser compensado previamente à efetuação dos pagamentos devidos.

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

2.5. Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de divulgação, após a liquidação das despesas e o



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

pagamento a cargo do Gabinete do Prefeito, nos termos da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato anexa ao Edital.

2.6. Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital e anexos da concorrência em referência.

Local e data

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



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

ANEXO IV – MINUTA DO CONTRATO

(Processo Administrativo nº.....)

CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº/.....,
QUE FAZEM ENTRE SI O MUNICÍPIO DE
CAMPINA GRANDE, POR INTERMÉDIO DO
(A) E
.....

O MUNICÍPIO DE CAMPINA GRANDE, PARAÍBA, **por intermédio do(a)**
(**órgão contratante**), com sede no(a), na cidade de
..... /Estado, inscrito(a) no CNPJ sob o nº, neste ato
representado(a) pelo(a) (**cargo e nome**), nomeado(a) pela Portaria nº, de de
..... de 20..., publicada no Semanário Municipal de de de, portador da
Matrícula Funcional nº, doravante denominado CONTRATANTE, e o(a),
inscrito(a) no CNPJ/MF sob o nº, sediado(a) na, em
..... doravante designado CONTRATADO, neste ato representado(a) por
..... (**nome e função no contratado**), conforme atos constitutivos da empresa OU
procuração apresentada nos autos, tendo em vista o que consta no Processo nº e
em observância às disposições da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, do Decreto nº 4.751, de 18
de abril de 2023, Portaria de Penalidades SAD nº 254/2024 e demais legislações aplicáveis,
resolvem celebrar o presente Termo de Contrato, decorrente da **Concorrência nº X.XX.XX/2025**,
mediante as cláusulas e condições a seguir enunciadas.

1. CLÁUSULA PRIMEIRA – LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232/2010 e, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965, e nº 14.133/2021.

1.1.1. Aplicam-se também a este contrato as disposições do Decreto Federal nº 6.555/2008, Decreto Federal nº 57.690/1966, Decreto Federal nº 4.563/2002, e do Decreto Federal nº 3.722/2001.



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

1.2. Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato o Edital da **Concorrência nº X.XX.XX/2025**, seus Anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços da CONTRATADA, os quais constituem parte deste instrumento.

2. CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO

2.1. Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda, 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 ações publicitárias da CONTRATANTE junto a públicos de interesse.

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

- a) o planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do presente contrato;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do presente contrato;
- c) a produção de conteúdo, a criação e execução técnica de ações e peças de comunicação para canais digitais; e
- d) 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.

2.1.1.1. A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

2.1.1.2. O estudo e o planejamento, previstos no subitem 2.1, objetivam subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'b' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

- c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

2.1.2. Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículo de divulgação.

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

2.3. A **CONTRATADA** não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

2.4. A **CONTRATADA** atuará de acordo com solicitação da **CONTRATANTE**, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame que deu origem a este contrato, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nesta Cláusula.

2.5. Para a execução dos serviços, a **CONTRATANTE** observará os procedimentos de seleção interna entre as agências contratadas, em decorrência do processo licitatório que deu origem a este instrumento.

3. CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA

3.1. O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

3.1.1. A **CONTRATANTE** poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 107 da Lei nº 14.133/2021, condicionada à demonstração de vantajosidade da contratação, à existência de dotação orçamentária e ao interesse público devidamente formalizado.

3.1.1.1. A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da **CONTRATADA**, a ser efetuada pela **CONTRATANTE**.

4. CLÁUSULA QUARTA – VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1. O valor deste contrato, decorrente da Concorrência nº **X.XX.XX/XXXX**, que deu origem a este instrumento, está estimado em **R\$ XX,XX (por extenso)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

4.2. A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 consta da Lei Orçamentária Anual - 2025 da LOA, nas seguintes funcionais programáticas:

Órgão/Entidade	Classificação orçamentária	Elemento de despesa	Fonte de recursos
Gabinete do Prefeito	04 131 1027 2008	3390 39	15001000
STTP	15 451 1024 2112	3390 39	17520000
Procon	14 422 1005 2144	3390 39	15001000

4.3. Se a **CONTRATANTE** optar pela prorrogação deste contrato, serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.3.1. Na prorrogação, a **CONTRATANTE** poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a **CONTRATADA**, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução deste contrato.

4.3.2. A **CONTRATANTE** poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a **CONTRATADA**, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

4.4. A **CONTRATANTE** se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

4.5. No interesse da **CONTRATANTE**, a **CONTRATADA** fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do presente contrato, conforme disposto nos do art. 125 e 126 da Lei nº 14.133/2021.

4.5.1. Registros que não caracterizam alteração do contrato podem ser realizados por simples apostila, dispensada a celebração de termo aditivo, na forma do art. 136 da Lei nº 14.133, de 2021.

5. CLÁUSULA QUINTA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

5.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2. Centralizar o comando da publicidade da **CONTRATANTE** em Campina Grande – PB, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. A seu juízo, a **CONTRATADA** poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

5.1.2.1. A **CONTRATADA** deverá comprovar, no prazo máximo de **30 (trinta)** dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, nem Campina Grande – PB, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à **CONTRATANTE**, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas qualificações:

- a) 02 (dois) profissionais de atendimento: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 03 (três) anos, em atendimento de publicidade;
- b) 02 (dois) profissionais de criação: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 03 (três) anos, na criação/redação publicitária;
- c) 01 (um) profissional de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica): possuir experiência comprovada, de no mínimo 03 (três) anos, em produção; 02 (dois) profissionais de mídia: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 03 (três) anos, em planejamento e execução de mídia;
- d) 01 (um) profissional de análise de dados (Business Intelligence - BI), nível sênior: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 03 (três) anos, na área.

5.1.3. Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e 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**.

5.1.4. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à **CONTRATANTE**.

5.1.5. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir à **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas.

5.1.5.1. Pertencem à **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da **CONTRATADA**, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

5.1.5.1.1. O disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à **CONTRATADA**, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

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

5.1.5.3. A **CONTRATADA** não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da **CONTRATANTE**, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

5.1.5.3.1. O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da **CONTRATADA** e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

5.1.6. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da **CONTRATANTE**.

5.1.7. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à **CONTRATANTE**:

- I. fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores;
- II. apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores de bens e de serviços especializados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
- III. exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;
- IV. a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
- V. juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ ou no CPF e 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;



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

VI. para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da **CONTRATADA** responsável pela documentação:

“Atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências”

5.1.7.1. Quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a **CONTRATADA** coletará orçamentos dos fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização da **CONTRATANTE**.

5.1.7.2. A **CONTRATANTE** procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado ou realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

5.1.7.3. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a **CONTRATADA** deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da **CONTRATANTE**.

5.1.7.4. Se e quando julgar conveniente, a **CONTRATANTE** poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela **CONTRATADA**, quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados ver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato.

5.1.7.5. As disposições dos subitens 5.1.7 e 5.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.

5.1.8. Submeter a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução do objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da **CONTRATANTE**.

5.1.8.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que:

- I. um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação;
- II. algum dirigente ou empregado da **CONTRATADA** tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

5.1.9. Obter a autorização prévia da **CONTRATANTE**, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato.

5.1.9.1. A **CONTRATADA** só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta da **CONTRATANTE**, se previamente ver sido por ela expressamente autorizada.



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

5.1.9.1.1. A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da **CONTRATADA** sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência deste contrato.

5.1.9.1.2. Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a **CONTRATADA** obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da **CONTRATANTE** em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.

5.1.10. Apresentar à **CONTRATANTE**, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11. Apresentar à **CONTRATANTE**, como alternativa ao subitem 5.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11.1. O estudo de que trata o subitem 5.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade da **CONTRATANTE**, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a **CONTRATADA**.

5.1.11.1.1. O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 5.1.11.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura deste contrato.

5.1.11.1.2. Ao final do período de 12 (doze) meses, a **CONTRATADA** apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

5.1.11.1.3. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.11, a **CONTRATANTE** poderá solicitar novo estudo à **CONTRATADA** e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

5.1.12. Encaminhar, sempre que solicitado pela **CONTRATANTE**, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

- a) TV e Cinema: cópias em XDCAN, DVD ou arquivos digitais;
- b) Internet: arquivos digitais;
- c) Rádio: arquivos digitais; e
- d) Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.

5.1.12.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, caso atenda à solicitação da **CONTRATANTE**.

5.1.13. Prestar os seguintes serviços à **CONTRATANTE**, como resultado da concorrência que deu origem a este instrumento:

- a) manutenção de acervo da propaganda da **CONTRATANTE**, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;
- b) manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

5.1.13.1. O banco de imagens será constituído e mantido pelas agências contratadas em decorrência do certame que deu origem a este instrumento, a suas expensas, reservada a **CONTRATANTE** a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprouver.

5.1.14. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo probatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso, independentemente do disposto nos subitens 5.1.12 e 5.1.13.

5.1.15. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela **CONTRATANTE**.

5.1.16. Entregar à **CONTRATANTE**, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

5.1.17. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões de serviço realizadas com a **CONTRATADA** e as mensagens eletrônicas mais relevantes sobre as demandas de serviços, permutadas entre a **CONTRATANTE** e a **CONTRATADA**, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

- 5.1.17.1.** O relatório sobre reunião de serviço será enviado pela **CONTRATADA** à **CONTRATANTE** após sua realização e o relatório com o teor das mensagens eletrônicas mais relevantes será enviado quinzenalmente.
- 5.1.17.2.** Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a **CONTRATANTE** solicitará a necessária correção, no prazo máximo de **05 (cinco)** dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.
- 5.1.18.** Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da **CONTRATANTE**, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como os honorários da **CONTRATADA** pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria **CONTRATADA** ou pelos fornecedores e veículos por ela contratados.
- 5.1.19.** Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da **CONTRATANTE**, sem sua prévia e expressa autorização.
- 5.1.20.** Prestar esclarecimentos à **CONTRATANTE** sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a **CONTRATADA**, independentemente de solicitação.
- 5.1.21.** Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.
- 5.1.22.** Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.
- 5.1.23.** Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.
- 5.1.24.** Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.
- 5.1.25.** Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos 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.



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

5.1.26. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

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

5.1.28. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e a própria **CONTRATANTE**.

5.1.29. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da **CONTRATANTE**.

5.1.29.1. A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão deste contrato e sujeitará a **CONTRATADA** às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

5.1.30. Responder perante a **CONTRATANTE** e fornecedores de bens e de serviços especializados por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

5.1.31. Responsabilizar-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**.

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

5.1.32.1. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a **CONTRATADA** adotará 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, reembolsará à **CONTRATANTE** as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

5.1.33. Responder por qualquer ação administrativa ou 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.



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

5.1.34. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 5º da Lei nº 14.133/2021.

6. CLÁUSULA SEXTA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

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

- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a **CONTRATADA**;
- b) fornecer e colocar à disposição da **CONTRATADA** todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- c) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à **CONTRATADA** e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, pela **CONTRATADA**;
- e) notificar, formal e tempestivamente, a **CONTRATADA** sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- f) notificar a **CONTRATADA**, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;

efetuar os pagamentos à **CONTRATADA** nas condições e preços pactuados.

6.2. A juízo da **CONTRATANTE**, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a **CONTRATADA** apresentou na concorrência que deu origem a este instrumento poderá vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

6.3. A **CONTRATANTE** comunicará à **CONTRATADA** por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

7. CLÁUSULA SÉTIMA – FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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 solicitado ou especificado.

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

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

7.3. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da **CONTRATANTE**.



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

7.4. A **CONTRATADA** adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, distribuição ou veiculação, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos e pulados pela fiscalização, sem ônus para a **CONTRATANTE**.

7.5. A autorização, pela **CONTRATANTE**, dos planos de mídia e dos serviços executados pela **CONTRATADA** ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

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

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

7.8. A **CONTRATADA** se obriga a permitir que a auditoria interna da **CONTRATANTE** ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à **CONTRATANTE**.

7.9. À **CONTRATANTE** é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela **CONTRATADA**.

7.10. A **CONTRATANTE** avaliará os serviços prestados pela **CONTRATADA**, pelo menos, dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses.

7.11. A avaliação será considerada pela **CONTRATANTE** para: apurar a necessidade de solicitar da(s) **CONTRATADA(S)** correções que visem maior qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e fornecer, quando solicitado pela **CONTRATADA**, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

7.12. Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao gestor ou fiscal deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

8. CLÁUSULA OITAVA – REMUNERAÇÃO

8.1. Pelos serviços prestados, a **CONTRATADA** será remunerada conforme disposto nesta Cláusula.

8.1.1.% (..... por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda da Paraíba - SINAPRO-PB, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela **CONTRATADA**, referentes a 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 4.680/1965



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

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

8.1.1.2. A **CONTRATADA** se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda da Paraíba- SINAPRO-PB e com os preços correspondentes a serem cobrados da **CONTRATANTE**, conforme previsto no subitem 8.1.1, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

8.1.2. Honorários de% (..... **por cento**) incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, 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 comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.1.3. Honorários de% (..... **por cento**) incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes:

- I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do presente contrato; exceto no tocante a pesquisas de pré-teste.
- II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- III. à reimpressão de peças publicitárias.

8.1.3.1. Para fins do disposto no inciso III do subitem anterior, entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

8.1.4. Honorários de% (..... **por cento**), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

8.2. Os honorários de que tratam os subitens 8.1.2, 8.1.3 e 8.1.4 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.

8.3. A **CONTRATADA** não fará jus:

- a) ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados;
- b) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- c) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referente à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, quando sua distribuição/veiculação lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
- d) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- e) a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela **CONTRATANTE**, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

8.4. Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da **CONTRATADA**, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

8.4.1. Quando houver a autorização excepcional da **CONTRATANTE** para o ressarcimento dessas despesas, deverão ser apresentados todos os comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução e assegurar o reembolso pelo valor líquido, sem a incidência de honorários.

8.5. As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da **CONTRATANTE**, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

9. CLÁUSULA NONA – DESCONTO DE AGÊNCIA



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

9.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a **CONTRATADA** fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.

9.1.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à **CONTRATADA** pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da **CONTRATANTE**, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

9.2. A **CONTRATADA** repassará à **CONTRATANTE** **3% (três por cento)** do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

9.2.1. Nas veiculações realizadas no exterior, a **CONTRATADA** apresentará, juntamente com as tabelas de preços dos veículos de divulgação programados, declaração expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

9.2.1.1. Se a **CONTRATADA** fizer jus a benefício similar ao desconto de agência de que trata o subitem 9.1, repassará à **CONTRATANTE** o equivalente a **15% (quinze por cento)** do desconto que obtiver de cada veículo de divulgação.

9.2.2. O repasse devido à **CONTRATANTE**, correspondente à parcela do desconto-padrão concedido pelos veículos de comunicação à agência, em 3% (três por cento), calculado sobre o valor acertado para cada veiculação, será compensado previamente à efetuação dos pagamentos devidos à **CONTRATADA**.

10. CLÁUSULA DÉCIMA – DIREITOS AUTORAIS

10.1. Os direitos patrimoniais do autor das ideias, campanhas, peças e materiais publicitários concebidos pela **CONTRATADA**, por meio de seus empregados ou prepostos, em decorrência deste contrato passam a ser integralmente da **CONTRATANTE**, bem como os estudos, análises e planos vinculados a essas atividades.

10.1.1. A remuneração dos direitos patrimoniais mencionados no subitem precedente é considerada incluída nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

10.1.2. A **CONTRATANTE** poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou por meio de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a **CONTRATADA**, seus empregados e prepostos.

10.1.3. A juízo da **CONTRATANTE**, as peças criadas pela **CONTRATADA** poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Federal, sem que caiba a eles ou à **CONTRATANTE** qualquer ônus perante a **CONTRATADA**.



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

10.1.3.1. Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

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

10.2.1. A **CONTRATADA** utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor dos bens e dos serviços especializados garanta a cessão pelo prazo definido pela **CONTRATANTE**, em cada caso, e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2.

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

10.2.1.1.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

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

10.2.3. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pela **CONTRATANTE** será negociado caso a



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

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

10.4. A **CONTRATADA** se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela **CONTRATANTE**, após os procedimentos previstos no subitem 5.1.7.

10.5. A **CONTRATADA** se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores de bens e de serviços especializados, nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

- I. a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à **CONTRATANTE**, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 05 (cinco) anos, contados da data do pagamento do bem ou do serviço especializado, pela **CONTRATADA** ao fornecedor, sem que caiba à **CONTRATANTE** qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;
- II. que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a **CONTRATANTE** poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da **CONTRATADA** ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;
- III. que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

10.5.1. Se a **CONTRATANTE** pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, constantes da cópia mencionada no inciso II do subitem 10.5, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

10.6. A **CONTRATANTE** poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo Municipal. Nesses casos, quando couber, a **CONTRATADA** ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente à **CONTRATANTE**.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1. Para a liquidação e pagamento de despesas referentes a bens e serviços especializados, previamente autorizados pela **CONTRATANTE**, a **CONTRATADA** deverá apresentar:

- I. a correspondente nota fiscal que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da **CONTRATANTE**, CNPJ/MF nº XX.XXX.XXX/XXXX-XX, da qual constará o número deste



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;

- II. a primeira via do documento fiscal do fornecedor de bens e de serviços especializados ou do veículo de divulgação, que será emitido em nome da **CONTRATANTE**;
- III. os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, da sua entrega.

11.1.1. Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela **CONTRATADA** à **CONTRATANTE**.

11.1.2. O gestor ou fiscal deste contrato somente atestará os documentos para pagamento quando cumpridas pela **CONTRATADA** todas as condições pactuadas.

11.1.3. As notas fiscais emitidas pela **CONTRATADA** devem ter em seu verso a seguinte declaração, assinada por funcionário da agência responsável pela documentação: *“Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos de divulgação, foram entregues/realizados conforme autorizados pela contratante, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução.”*

11.2. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da **CONTRATADA**:

- I. execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1;
- II. intermediação e supervisão, pela **CONTRATADA**, de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;
- III. bens e serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;
- IV. veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo de divulgação, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.5.

11.2.1. Na ocorrência de falha local em uma programação em rede nacional de mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso III do subitem anterior, a **CONTRATADA** deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.2. É da responsabilidade da **CONTRATADA** observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à **CONTRATANTE**.



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

11.2.2.1. Para pagamento das despesas com veiculação, constarão dos procedimentos de execução do contrato os documentos fiscais apresentados pela contratada, a demonstração do valor devido ao veículo, a sua tabela de preços, a indicação dos descontos negociados, os pedidos de inserção e, sempre que possível, relatório de checagem a cargo de empresa independente, nos termos do art. 15 da Lei nº 12.232, de 2010.

11.3. O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, em até **30 (trinta)** dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2.

11.4. Nos casos de veiculação no exterior, as condições de liquidação e pagamento serão adaptadas às praxes de cada país e deverão levar em conta as disposições dos subitens 9.2.1 e 9.2.1.1.

11.5. No tocante à veiculação, além do previsto no inciso III do subitem 11.2, a **CONTRATADA** fica obrigada a apresentar, sem ônus para a **CONTRATANTE**, os seguintes comprovantes:

- I. Revista: exemplar original;
- II. Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;
- III. demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11, perante a **CONTRATANTE**, a impossibilidade de fazê-lo.

11.5.1. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a **CONTRATADA** deverá apresentar:

- a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;
 - i. como alternativa ao procedimento previsto na alínea 'a', a **CONTRATADA** poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea 'a' deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas na alínea 'a' deste subitem;



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

- ii. como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas 'a' e 'a1' deste subitem, a **CONTRATADA** poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;
- b) Mídia Exterior:
- i. Mídia *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;
 - ii. Mídia Digital *Out Off Home*: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos por amostragem de no mínimo 20% (vinte por cento) dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;
 - iii. Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;
 - I. Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 01 (um) minuto, de pelo menos 30% (trinta por cento) do total de veículos de divulgação contratados. O vídeo deve conter imagens dos veículos de som, onde seja possível identificar nome da campanha, áudio da peça veiculada e local popular que comprove o local onde foi realizada a veiculação;



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

- c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça, dependendo do que constar na relação/estudo citados nos subitens 5.1.10 ou 5.1.11.

11.5.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 11.5.1 serão estabelecidas formalmente pela **CONTRATANTE**, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

11.6. Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da **CONTRATADA**, mediante consulta on-line.

11.6.1. Se a situação no sistema da **CONTRATADA** apresentar documentação obrigatória vencida, ela deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, 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 e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

11.7. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a **CONTRATANTE**, a seu juízo, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

11.7.1. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

11.8. A **CONTRATANTE** não pagará nenhum compromisso, assumido pela **CONTRATADA**, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.9. Cabe à **CONTRATADA** efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação em até **10 (dez)** dias após o recebimento da ordem bancária da **CONTRATANTE**, pela agência bancária pagadora.

11.9.1. A **CONTRATADA** informará à **CONTRATANTE** os pagamentos efetuados a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação a cada ordem bancária de pagamento emitida pela **CONTRATANTE** e encaminhará relatório até o décimo dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.9.1.1. Os dados e formato dos controles serão definidos pela **CONTRATANTE**, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento da **CONTRATANTE**, data do pagamento da **CONTRATADA**, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

11.9.2. O não cumprimento do disposto nos subitens 11.9 e 11.9.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

implicar a suspensão da liquidação das despesas da **CONTRATADA**, até que seja resolvida a pendência.

11.9.2.1. Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da notificação da **CONTRATANTE**, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da **CONTRATADA**.

11.9.2.2. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.9.2, a **CONTRATANTE**, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de divulgação, conforme o caso.

11.9.2.3. Para preservar o direito dos fornecedores e veículos de divulgação em receber com regularidade pelos bens e serviços especializados prestados e pela venda de espaço ou tempo, a **CONTRATANTE** poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela **CONTRATADA**, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos de divulgação, em operações bancárias concomitantes.

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

11.10. A **CONTRATANTE**, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA DE EXECUÇÃO

12.1. A **CONTRATADA**, no prazo de **20 (vinte)** dias, contados a partir da data de assinatura deste contrato, prestará garantia de cumprimento das obrigações contratuais, no valor correspondente a **5% (cinco por cento)** do valor estimado para a execução dos serviços, conforme disposto no subitem 4.1 deste 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, nos termos do inciso III do subitem 13.5.1 da Cláusula Décima Terceira.

12.1.3. O atraso superior a **30 (trinta)** dias corridos, após os prazos previstos nos subitens 12.1 e 12.1.1, autoriza a **CONTRATANTE** a promover a rescisão deste contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõem o art. 115, §6º da Lei nº 14.133/2021, sem prejuízo de outras sanções previstas na Lei e neste contrato.



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

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

- a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados por seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Economia;
- b) seguro-garantia;
- c) fiança bancária emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil.

12.3. Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal, conforme determina o art. 82 do Decreto nº 93.872/1986, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do art. 100 da Lei 14.133/2021.

12.4. Se a opção for pelo seguro-garantia:

- a) 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;
- b) 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;
- c) 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:

- a) 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;
- b) ter prazo de validade correspondente 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 do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes;
- c) 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;



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

- d) 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:

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

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:

- I. prejuízos advindos do não cumprimento do objeto deste contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;
- II. prejuízos causados à **CONTRATANTE** ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução deste contrato;
- III. multas moratórias e punitivas aplicadas pela **CONTRATANTE** à **CONTRATADA**; e
- IV. obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela **CONTRATADA**.

12.7.1. A modalidade segura garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem 12.7.

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

12.9. Sem prejuízo das sanções previstas em lei e neste contrato, a não prestação da garantia exigida implicará sua imediata rescisão.

12.10. 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**.

12.11. Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a **CONTRATADA** se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo **10 (dez)** dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da **CONTRATANTE**.

12.12. Na hipótese de prorrogação deste contrato, a **CONTRATANTE** exigirá nova garantia, escolhida pela **CONTRATADA** entre as modalidades previstas na Lei nº 14.133/2021.

12.13. O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à **CONTRATANTE** no prazo máximo de **15 (quinze)** dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

12.14. 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.

12.14.1. Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir.

12.15. 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.

12.15.1. Aceita pela **CONTRATANTE**, a substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1. As sanções de que trata este Edital são aquelas descritas nos artigos 155 a 163 da Lei nº 14.133/2021, bem como na forma prevista na Portaria de Penalidades SAD Nº 254/2024, a qual encontra-se acessível através do link <https://cdc.campinagran.de>.

13.2. O descumprimento das obrigações assumidas pela **CONTRATADA**, sem justificativa aceita pela **CONTRATANTE**, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

- I. Advertência;
- II. Impedimento para licitar e contratar;
- III. Multa de mora e multa compensatória;
- IV. Suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração por até 02 (dois) anos;
- V. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração.

13.2.1. Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à **CONTRATADA** o contraditório e a ampla defesa.

13.2.2. As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

13.2.3. As sanções aplicadas serão registradas no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado pela **CONTRATANTE**.

13.2.3.1. A **CONTRATANTE** comunicará, por escrito, à **CONTRATADA** que a sanção foi registrada no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado.

14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO

14.1. O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos no art. 155 da Lei 14.133/2021.

14.1.1. Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a **CONTRATADA**:



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO

- a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b) for envolvida em escândalo público e notório;
- c) quebrar o sigilo profissional;
- d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
- e) não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;
- f) der motivo à suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a **CONTRATANTE**, como consequência, venha a sofrer;
- g) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;
- h) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;
- i) não mantiver suas condições de habilitação e qualificação, incluída a comprovação da qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º da Lei nº 12.232/2010;
- j) deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.5.3, 11.9, 11.9.1 e 11.9.2.1.

14.1.2. 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 dos créditos decorrentes deste contrato, até o limite dos prejuízos causados à **CONTRATANTE**, ou a execução da garantia contratual, para ressarcimento dos valores das multas e indenizações a ele devidos.

14.1.2.1. Caso a retenção não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista no subitem 14.1.2, a **CONTRATADA** será notificada para, no prazo de **05 (cinco)** dias úteis, a contar do recebimento da notificação, recolher o respectivo valor em agência bancária a ser indicada pela **CONTRATANTE**.

14.2. Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

14.2.1. A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

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

14.4. Em caso de alteração das condições de habilitação jurídica da **CONTRATADA**, em razão de fusão, cisão, incorporação, associação, cessão ou transferência, total ou parcial, este contrato poderá ser ratificado e sub-rogado para a nova empresa, sem ônus para a **CONTRATANTE**, e



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

com a concordância desta, com transferência de todas as obrigações aqui assumidas, independentemente de notificação judicial ou extrajudicial.

14.4.1. A **CONTRATANTE** se reserva o direito de continuar ou não com a execução deste contrato com a empresa resultante da alteração social.

14.4.2. Em caso de cisão, a **CONTRATANTE** poderá rescindir este contrato ou continuar sua execução, em relação ao prazo restante deste contrato, pela empresa que, entre as surgidas da cisão, melhor atenda às condições inicialmente pactuadas.

14.4.3. Em qualquer das hipóteses previstas no subitem 14.4, a ocorrência deverá ser formalmente comunicada à **CONTRATANTE**, anexando-se o documento comprobatório da alteração social, devidamente registrada.

14.4.3.1. A não apresentação do comprovante em até **05 (cinco)** dias úteis após o registro da alteração social poderá implicar a aplicação das sanções previstas neste contrato e em lei.

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – PUBLICAÇÃO

15.1. Incumbirá à **CONTRATANTE** divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no art. 94 da Lei 14.133, de 2021, bem como no respectivo sítio oficial na Internet, em atenção ao art. 8º, §2º, da Lei n. 12.527, de 2011, c/c art. 7º, §3º, inciso V, do Decreto n. 7.724, de 2012.

15.2. A **CONTRATANTE** providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Semanário do Município, a suas expensas, na forma prevista no parágrafo único do art. 89, §1º da Lei nº 14.133.

15.3. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de bens e de serviços especializados e dos veículos de divulgação, serão publicadas no sítio da **CONTRATANTE** na internet.

15.3.1. As informações sobre valores pagos pelos bens e serviços especializados contratados serão divulgadas pelos totais destinados para cada tipo de fornecedor e para cada meio de comunicação.

16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DISPOSIÇÕES GERAIS

16.1. A **CONTRATADA** guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

16.2. É vedada a utilização, na execução dos serviços prestados pela **CONTRATADA**, de empregado que seja familiar de agente público ocupante de cargo em comissão ou função de confiança na **CONTRATANTE**, nos termos do art. 7º do Decreto nº 7.203/2010.



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

16.3. Constituem direitos e prerrogativas da **CONTRATANTE**, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 14.133/2021, que a **CONTRATADA** aceita e a eles se submete.

16.4. Os casos omissos serão decididos pelo contratante, segundo as disposições contidas na Lei nº 14.133, de 2021, e demais normas federais aplicáveis e, subsidiariamente, segundo as disposições contidas na Lei nº 8.078, de 1990 – Código de Defesa do Consumidor – e normas e princípios gerais dos contratos.

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

17. CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – FORO

18. É eleito o Foro da Comarca de Campina Grande – Paraíba, para dirimir os litígios que decorrerem da execução deste Termo de Contrato que não possam ser compostos pela conciliação, conforme art. 92, §1º da Lei nº 14.133/21.



**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

ANEXO V – PROJETO BÁSICO E SEUS APÊNDICES



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO

PROJETO BÁSICO Nº 002/2025

1. DO OBJETO

1.1. O objeto da presente concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de **02 (duas) agências de propaganda**, 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 supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.

1.1.1. 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 sobre o mercado, o público alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, relacionados à execução dos contratos;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;
- c) à produção de conteúdo, à criação e à execução técnica de ações e peças de comunicação para canais digitais; e
- d) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão das mensagens e das ações publicitárias.

1.2. A contratação dos serviços, elencados no subitem 1.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral.

1.3. O planejamento, previsto no subitem 1.1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) e digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados, e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

1.4. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.1.1 terão a finalidade de:

- 1.4.1. gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Ministério das Comunicações, o público-alvo e os meios e veículos/plataformas de comunicação e divulgação, nos quais serão difundidas as peças e as campanhas publicitárias;
- 1.4.2. aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das





ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO

mensagens a serem divulgadas;

1.4.3. possibilitar o acompanhamento, a readequação de estratégias, a mensuração de desempenho e a avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

1.5. Os serviços previstos nos subitens 1.1 e 1.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.5.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de comunicação e divulgação.

1.6. Para a prestação dos serviços serão contratadas **02 (duas) agências de propaganda**, doravante denominadas agência, licitante ou contratada.

1.6.1. Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido **certificado de qualificação técnica de funcionamento**, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

1.6.1.1. A listagem dos documentos exigidos para habilitação está no Apêndice 4 deste Projeto Básico.

1.6.2. As agências atuarão por ordem e conta da Coordenadoria de Comunicações, ou eventual órgão que venha a sucedê-la, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.6.3. As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 1.1 e 1.1.1.

1.6.4. As agências atuarão de acordo com solicitação do contratante, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 1.1 e 1.1.1.

1.6.5. Para a execução dos serviços, o contratante instituirá procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela Administração e publicada na imprensa oficial, conforme o art. 2º, § 4º, da Lei nº 12.232 /2010.

2. FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO E LEGISLAÇÃO

2.1. A contratação de serviços publicitários prestados por intermédio de agências de propaganda está fundamentada no Estudo Técnico Preliminar constante dos autos do processo administrativo.





ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO

2.1.1. De acordo com o art. 37 da Constituição Federal, a Prefeitura Municipal de Campina Grande deve obedecer a diversos princípios, entre eles o da publicidade. E o § 1º do art. 37 estabelece que “A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social”.

2.1.2. Suas ações de comunicação publicitária devem ser desenvolvidas e executadas tendo em vista o alcance de objetivos como dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Municipal; divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição; estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas; disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais.

2.2. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021.

2.3. Aplicam-se também à presente concorrência os Decretos nº 57.690/1966 e nº 3.722/2001, o Decreto Municipal nº 4.751/2023 e, no que couber, e as disposições deste Projeto Básico.

3. VALOR CONTRATUAL, RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS E VIGÊNCIA

3.1. O valor da contratação está estimado em **R\$ 15.000.000,00 (quinze milhões de reais)**, pelos primeiros **12 (doze)** meses.

3.2. O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 consta da Lei Orçamentária Anual – 2025:

Órgão/Entidade	Classificação orçamentária	Elemento de despesa	Fonte de recursos
Gabinete do Prefeito	04 131 1027 2008	3390 39	15001000
STTP	15 451 1024 2112	3390 39	17520000
Procon	14 422 1005 2144	3390 39	15001000

3.3. O contrato terá duração inicial de **12 (doze) meses**, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, no interesse da Administração e mediante acordo entre as partes, observado o limite de **10 (dez) anos** contados da data do recebimento do objeto inicial, autorizada sua prorrogação na forma da Lei nº 14.133/2021.

3.3.1. A prorrogação contratual a que se refere o subitem anterior será condicionada à comprovação da respectiva disponibilidade orçamentária, à vantajosidade da manutenção do vínculo contratual e o interesse público devidamente formalizado.





ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO

4. APÊNDICES

4.1. Integram este Projeto Básico os seguintes apêndices:

4.1.1. **Apêndice 1:** Entrega da Proposta Técnica, da Proposta de Preços e dos Documentos de Habilitação;

4.1.2. **Apêndice 2:** Apresentação da Proposta Técnica e Julgamento das Propostas Técnicas;

4.1.3. **Apêndice 3:** Apresentação da Proposta de Preços;

4.1.4. **Apêndice 4:** Apresentação e Julgamento dos Documentos de Habilitação.





ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO

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

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

1.1.3.1. O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº 001/2024 – Gabinete do Prefeito

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

1.2. Os Invólucros nº 2 e nº 3 não poderão ter informação, marca, palavra, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

2. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

2.1. No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionado a Proposta de Preços das licitantes.

2.1.1. O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação: :

Invólucro nº 3
Proposta de Preços
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº 001/2024 – Gabinete do Prefeito

2.1.2. O Invólucro nº 4 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído





ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO

de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

2.1.3. O Invólucro nº 4 não poderá ter informação, marca, palavra, sinal, etiqueta ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2.

3. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

3.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação pelas 02 (duas) licitantes vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas e classificadas das Propostas de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

3.1.1. O Invólucro nº 5 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5
Proposta de Habilitação
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº 001/2024 – Gabinete do Prefeito

3.1.2. 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.





**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO**

APÊNDICE 2

**DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS
TÉCNICAS**

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
Plano de Comunicação Publicitária	1. Raciocínio Básico
	2. Estratégia de Comunicação Publicitária
	3. Ideia Criativa
	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia
Capacidade de Atendimento	
Repertório	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

1.2. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90g/m², ambas em branco;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75g/m², orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c', 'b.', do subitem 1.2.2;
- d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas; não há padrão exigido para as margens superior e inferior;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) alinhamento justificado do texto;
- h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos,





ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO

observadas as disposições dos subitens 1.2.1, 1.2.2 e 1.2.3; permitida a utilização de itálico, negrito e sublinhado;

- i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j) sem identificação da licitante.

1.2.1. As especificações do subitem 1.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 e à indicação prevista no subitem 1.3.3.6.

1.2.2. Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, infográficos, quadros, tabelas e ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

- a) poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho de 8 a 12 pontos;
- c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
 - a. apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 1.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 2 (duas) páginas de papel A4;
 - b. impressas na orientação paisagem.

1.2.3. Os gráficos, infográficos, quadros, tabelas e ou planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- a) ser editados em cores;
- b) ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
- c) ter qualquer tipo de formatação de margem;
- d) ser apresentados em papel A3 dobrado.

1.2.3.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, infográficos, tabelas e ou planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.

1.2.4. Os exemplos de peças integrantes da Ideia Criativa deverão ser apresentados separados do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 1.2.

1.2.4.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto na alínea 'c' do subitem 1.2.2 do Apêndice 1.

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





ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO

qualquer outro elemento que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

1.3.3.3.5. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para as peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.

1.3.3.3.6. Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, *spot* rádio, anúncio revista, *banner* internet).

1.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;
- c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, anúncio para *tablets*, *banner* sequenciais e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger* e similares, entre outros), será considerada 1 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 1 (uma) peça;
- e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 2 (duas) peças;
- f) um *banner* e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 2 (duas) peças

1.3.3.4.1. Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere a alínea 'd' do subitem 1.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

1.3.4. Subquesto 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia – constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária e a Ideia Criativa propostas, sob a forma de textos, tabelas, gráficos, infográficos e ou planilhas, contemplando:

- a) estratégia de mídia e não mídia: proposição e defesa dos meios de divulgação, das formas inovadoras de comunicação e dos recursos próprios de comunicação do contratante a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha;
- b) tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e





ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO

demaís meios de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de divulgação;

- c) plano de mídia: composto de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos e demais meios de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;
- d) plano de formas inovadoras de comunicação publicitária: composto por planilhas com a indicação de uso de plataformas de comunicação e divulgação, informando fornecedor, valor a ser aplicado e indicadores chave de performance (KPI);
- e) simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis).

1.3.4.1. Na estratégia de não mídia deverão ser apresentadas as iniciativas publicitárias que não envolvam a aquisição de espaços e tempos publicitários, tais como o uso de canais da Prefeitura Municipal de Campina Grande, a divulgação de conteúdo publicitários em suas plataformas e redes (sociais, vídeo, áudio etc.), em formato orgânico, entre outros a critério da licitante.

1.3.4.2. Todas as peças publicitárias que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3 deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

1.3.4.3. O plano de mídia e não mídia e/ou de formas inovadoras de comunicação deverão apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos e demais meios de divulgação/plataformas de comunicação e divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos e demais meios de divulgação;
- d) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos e demais meios de divulgação;
- e) os valores (absolutos e percentuais) que a licitante propõe alocar em ações para desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária (plataformas de comunicação e divulgação), em consonância com novas tecnologias, com a indicação dos respectivos fornecedores e métricas que serão utilizadas (taxa de impressão, custo por alcance, CPC, CPE, custo por curtida etc.), de acordo com o disposto nos subitens 1.3.4.3.1 e 1.3.4.3.2.





ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO

publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de sua autoria, observadas as seguintes características:

- a) ter a identificação da licitante;
- b) ser datado;
- c) estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.5. Quesito 2 – Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.5.1. O caderno específico mencionado no subitem 1.5 não poderá apresentar informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

1.6. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, infográficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a licitante deverá apresentar as seguintes informações para cada subquesito, abaixo discriminadas:

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;
- c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do contratante para a execução do contrato;
- d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato; e
- e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Prefeitura Municipal de Campina Grande, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

1.7. Quesito 3 – Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de





ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO

possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

1.10. A licitante deverá apresentar 3 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 4 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

- a) deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- b) deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura do funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- c) não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;
- d) deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

1.10.1. A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 1.10. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

1.10.2. As ações dos Relatos de que trata o subitem 1.10 devem ter sido implementadas a partir de 1º de janeiro de 2020.

1.10.3. É permitida a inclusão de até 3 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

- a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.9 ou ser apresentadas soltas;
- b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 1.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;
- c) para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

1.10.3.1. A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 1.10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 1.10 para descrição do Relato.

2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS





ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO

2.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, constituída a partir da equipe de Agentes de Contratação vinculados à Secretaria de Administração, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

2.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, cuja constituição obedecerá às disposições a serem estabelecidas no Edital desta concorrência.

2.2.1. A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Apêndice e no Edital.

2.3. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em casa quesito ou subquesito:

2.3.1. Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária

2.3.1.1. Subquesito 1 – Raciocínio Básico

- a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do contratante e do contexto de sua atuação;
- b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo do Edital).

2.3.1.2. Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da Prefeitura Municipal de Campina Grande, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do contratante junto a seus públicos;
- d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- e) a capacidade da licitante articular os conhecimentos sobre a Prefeitura Municipal de Campina Grande, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo do Edital);
- f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.

2.3.1.3. Subquesito 3 – Ideia Criativa





ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO

- e) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Campina Grande.

2.3.3. Quesito 3 – Repertório

- a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- b) a clareza e a precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

2.3.4. Quesito 4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;
- d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

2.4. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir:

2.4.1. Além de examinar o atendimento, pelas licitantes, das disposições estabelecidas para a apresentação e julgamento das Propostas, a Subcomissão Técnica deverá efetuar um exame comparativo entre as Propostas apresentadas em relação a cada quesito e subquesito.

2.4.1.1. A comparação entre as propostas deverá aferir o maior ou menor grau de adequação de cada uma aos critérios de julgamento.

2.4.1.2. As diferenças de grau de adequação entre as Propostas deverão refletir-se na gradação das pontuações atribuídas a cada quesito e subquesito.

2.4.2. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS	Pontuação Máxima
Plano de Comunicação Publicitária	65
.Raciocínio Básico	5
.Estratégia de Comunicação Publicitária	25
.Ideia Criativa	25



ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO

Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
Capacidade de Atendimento	15
Repertório	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
Pontuação Total	100

2.4.2.1. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 1.8.1 e 1.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 2.4.2 deste Apêndice.

2.4.3. A pontuação final de cada quesito ou subquesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos pelos membros da Subcomissão Técnica, expressa em até 2 (duas) casas decimais.

2.4.4. 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, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Apêndice.

2.4.4.1. 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.

2.4.5. A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

2.5. Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes (agências de propaganda) que obtiverem as 02 (duas) maiores pontuações, observado o disposto no subitem 2.6.

2.5.1. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das duas licitantes mais bem classificadas, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de





ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO

APÊNDICE 3

DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

1.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta de Preços com base no modelo anexo ao Edital.

1.1.1. A Proposta de Preços deverá ser apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, 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.

1.2. Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo III, ressalvado que, nos termos dos artigos 36 e 37 da Lei 14.133/2021, **não serão aceitos**:

- a) percentual de desconto inferior a **30% (trinta por cento)**, a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Paraíba – SINAPRO/PB, referentes a 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 4.680/1965;
- b) percentual de honorários superior a **14% (quatorze por cento)**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;
- c) percentual de honorários superior a **14% (quatorze por cento)**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:
 - I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;





ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO

- II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
 - III. à reimpressão de peças publicitárias.
- d) percentual de honorários superior a **14% (quatorze por cento)**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
- 1.3. O prazo de validade da Declaração de que trata o subitem 1.3 do referido modelo deverá ser de, no mínimo, **60 (sessenta)** dias corridos, contados a partir de sua apresentação.
- 1.3.1. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos Invólucros nº 4, a Comissão Especial de Licitação realizará com ela diligência a fim de prorrogar o referido prazo.
- 1.3.1.1. A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos Invólucros nº 4 ou antes do encerramento do certame será desclassificada.
- 1.4. As Propostas de Preços apresentadas pelas licitantes classificadas na fase de julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas pela Comissão Especial de Licitação exclusivamente quanto ao atendimento às disposições do Edital e deste Apêndice.
- 1.5. Será considerada classificada à próxima etapa do certame a licitante cuja Proposta esteja em conformidade com as disposições do Edital e deste Apêndice.
- 1.6. Será desclassificada a licitante cuja Proposta tenha sido apresentada com vício insanável em relação às disposições do Edital e deste Apêndice.





ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO

n.º 77, de 18 de março de 2020;

- d) Sociedade simples: inscrição do ato constitutivo no Registro Civil de Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;
- e) Filial, sucursal ou agência de sociedade simples ou empresária: inscrição do ato constitutivo da filial, sucursal ou agência da sociedade simples ou empresária, respectivamente, no Registro Civil das Pessoas Jurídicas ou no Registro Público de Empresas Mercantis onde opera, com averbação no Registro onde tem sede a matriz;

1.2.1.1. Os documentos apresentados deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.

1.2.2. Habilitação Fiscal, Social e Trabalhista:

- a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas ou no Cadastro de Pessoas Físicas, conforme o caso;
- b) prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02 de outubro de 2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional;
- c) prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);
- d) prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943;
- e) prova de inscrição no cadastro de contribuintes Estadual ou Municipal relativo ao domicílio ou sede do fornecedor, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- f) prova de regularidade com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do fornecedor, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;

1.2.2.1. Caso o fornecedor seja considerado isento dos tributos Estadual ou Municipal relacionados ao objeto contratual, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda respectiva do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.





ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO

1.2.3. Qualificação Econômico-Financeira:

- a) Certidão negativa de insolvência civil expedida pelo distribuidor do domicílio ou sede do licitante, caso se trate de pessoa física, desde que admitida a sua participação na licitação, ou de sociedade simples;
- b) Certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor - Lei nº 14.133, de 2021, art. 69, caput, inciso II);
- c) Índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), superiores a 1 (um), comprovados mediante a apresentação pelo licitante de balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais e obtidos pela aplicação das seguintes fórmulas:

I. Liquidez Geral (LG) = $(\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}) / (\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante})$;

II. Solvência Geral (SG) = $(\text{Ativo Total}) / (\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo não Circulante})$; e

III. Liquidez Corrente (LC) = $(\text{Ativo Circulante}) / (\text{Passivo Circulante})$.

1.2.3.1. Caso a empresa licitante apresente resultado inferior ou igual a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), será exigido para fins de habilitação patrimônio líquido mínimo de 10% do valor total estimado da contratação.

1.2.3.2. 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).

1.2.3.3. O balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício 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. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 69, §6º).

1.2.3.4. O atendimento dos índices econômicos previstos na alínea 'c' do subitem 1.2.3 deverá ser atestado mediante declaração assinada por profissional habilitado da área contábil, apresentada pelo fornecedor.

1.2.4. Qualificação Técnica:

- a) Certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Fórum da Autorregulação do Mercado Publicitário (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.





**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO**

1.2.4.1. O certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial.

1.2.4.2. O documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial de Licitação.

1.2.5. Declarações:

a) Declaração conjunta:

À

Comissão Especial de Licitação

Referente Concorrência nº X.XX.2025

<nome da licitante>, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por intermédio de seu representante legal _____, portador(a) da Carteira de Identidade nº ____/____, inscrito(a) no CPF sob o nº _____, DECLARA que:

- a. está ciente e concorda com as condições contidas no edital e seus anexos, bem como de que a proposta apresentada compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de sua entrega em definitivo e que cumpre plenamente os requisitos de habilitação definidos no instrumento convocatório;
- b. não emprega menor de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 anos, salvo menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz, nos termos do artigo 7º, XXXIII, da Constituição;
- c. não possui empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federal;
- d. 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.

<local e data>

<representante legal da licitante>





ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO

verificará se os licitantes provisoriamente classificados em primeiro e segundo lugar atendem às condições de participação no certame, conforme previsto no art. 14 da Lei nº 14.133/2021 e no Edital.

2.4. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Especial de Licitação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

2.4.1. Se as causas da inabilitação não forem sanadas, será convocada a próxima licitante classificada na Fase de Julgamento das Propostas Técnicas e de Preço, e assim sucessivamente.

Campina Grande, data de assinatura eletrônica.

SIMONE DUARTE DE OLIVEIRA

Assessora de Comunicação





VERIFICAÇÃO DAS ASSINATURAS



Código para verificação: 227F-EAF9-ABDC-6300

Este documento foi assinado digitalmente pelos seguintes signatários nas datas indicadas:



SIMONE DUARTE DE OLIVEIRA (CPF 727.XXX.XXX-04) em 11/06/2025 09:14:19 GMT-03:00

Papel: Parte

Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)

Para verificar a validade das assinaturas, acesse a Central de Verificação por meio do link:

<https://campinagrande.1doc.com.br/verificacao/227F-EAF9-ABDC-6300>





**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

ANEXO VI – TABELA SINAPRO/PB 2025



20 25

Precificação de investimentos em PUBLICIDADE E PROPAGANDA



Sinapro
SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA
PARAÍBA

Para verificar a autenticidade do código de barras, acesse o site www.sinapro.org.br/verificacao/ e informe o código 13DC-84CB-1DFA-EAD1



SUMÁRIO

• Sobre a Indústria da Publicidade e Propaganda	03
• Sobre o investimento	06
• Criação de Campanha (tema/conceito)	08
• Custos externos	09
• Reembolso de despesas	09
• Permuta	09
• Projetos especiais, eventos, apoios e patrocínios	10
• Procedimentos éticos	11
• Lei nº 12.232	12
• Licitações e Pregão na Publicidade (FENAPRO)	21
• Sugestão de briefing	23
• Sugestão de contrato	26
• Termos comuns em Publicidade e Propaganda	29
• Valores de investimento mínimo para reembolso de custos internos de serviços próprios de agências de publicidade e propaganda, recomendados pelo SINAPRO/PB 15/01/2025 a 15/01/2026	32

Elaborado por 1 pessoa: FÁBIO RAMALHO DA SILVA
Para verificar a validade das assinaturas, acesse <https://campinagrande.1doc.com.br/verificacao/13DC-84CB-1DFA-EAD1>

Sobre a Indústria da Publicidade e Propaganda

A Indústria da Comunicação, da Publicidade e Propaganda Brasileira e Paraibana, orientada pelo trabalho realizado pela FENAPRO (Federação Nacional das Agências de Propaganda) e seus Sindicatos filiados – a exemplo do SINAPRO/PB – e pelas demais entidades do setor, como: ABAP (Associação Brasileira de Agências de Publicidade), ALAP (Associação Latino Americana de Agências de Publicidade), Conselho Nacional de Propaganda, Associação Brasileira de Propaganda (ABP), Conselho Nacional de Auto Regulamentação Publicitária (CONAR) e o Conselho Executivo das Normas Padrão (CENP), apresentam referência de VALORES DE INVESTIMENTO MÍNIMO PARA REEMBOLSO DE CUSTOS INTERNOS DE SERVIÇOS PRÓPRIOS DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA RECOMENDADO PELO SINAPRO/PB 2015.

O trabalho desenvolvido por estas entidades tem como objetivo acompanhar o processo de evolução da atividade publicitária, atualizando e integrando as metas e interesses do mercado e atendendo, deste modo, às expectativas de agências, clientes/anunciantes e fornecedores da Indústria da Comunicação, como: TV, Rádio, Jornais, Revistas, Portais, Produtoras de áudio e vídeo, Outdoor, Mídia exterior, Gráficas, meios alternativos, redes sociais, Institutos de pesquisas e outros.

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 Publicidade e Propaganda, particularmente a Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e os Decretos nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, e nº 2.262, de 26 de junho de 1997. Lei de Licitação 12.232, de 29 de abril de 2010. – Normas Gerais Sobre Serviços de Licitações e contratações de Serviços de Publicidade.

O Decreto nº 4.563/02, de 31 de dezembro de 2002, que incorpora ao sistema NP que estabelecem como devem ser as relações entre os anunciantes e as agências de publicidade e que, foram a base para a elaboração desta Recomendação de Investimentos.

Toda agência habilitada e certificada pelo CENP deve estar capacitada a prestar a seu cliente os seguintes serviços, além de outros que constituam seu desdobramento natural ou que lhes sejam complementares, agindo por conta e ordem do cliente/anunciante:

- Estudo do conceito, ideia, marca, produto ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas aos seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e à sua concorrência;
- Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontre melhor possibilidade de assimilação;
- Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes;
- Exame do sistema de distribuição e comercialização, incluindo a identificação e análise das suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas ao mercado e à concorrência;
- Elaboração do plano de comunicação publicitário incluindo a concepção das mensagens e peças (criação) e o estudo dos meios e veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor

cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento e estratégias de mídia);

- Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (produção), aquisição, distribuição e controle da publicidade nos Veículos contratados (execução de mídia), e o acompanhamento das faturas.

A agência deve dedicar seu melhor esforço e trabalhar em estreita colaboração com seu cliente, de modo a assegurar que o plano publicitário alcance os objetivos pretendidos e que o anunciante obtenha o melhor retorno do seu investimento em publicidade, seja sob a forma de resultados imediatamente quantificáveis, seja pela agregação contínua de valor à sua marca, conceito ou ideia.

- A contratação da agência pelo anunciante deve respaldar-se preferencialmente em documento escrito, no qual deverá constar o prazo da prestação de serviços e os ajustes que as partes fizerem, complementando e/ou detalhando dispositivos das Normas-Padrão. O prazo poderá ser indeterminado, mas o seu término deverá ser precedido de aviso dado pela parte interessada à outra com, pelo menos, 60 (sessenta) dias de antecedência. Na vigência da relação contratual, a agência abster-se-á de colaborar com empresas, instituições, conceitos, ideias, marcas, produtos ou serviços que concorram diretamente com o cliente, e este, reciprocamente, abster-se-á de utilizar os serviços de outras agências para a difusão dos mesmos conceitos, ideias, marcas, produtos ou serviços, salvo convenção em contrário.

Salvo prévia e expressa estipulação em contrário, a agência deverá absorver o custo dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia disponíveis no mercado, necessários à prestação dos serviços de controle e da verba do anunciante.

Nas transações entre anunciantes e agências, tendo por objeto a parcela negociável do desconto padrão de agência, adotar-se-ão, como referência de melhor prática, os parâmetros instituídos pelo item 4.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, que estabelece um sistema progressivo de serviços/benefícios, conforme descrito abaixo:

INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA	PARCELA DO INVESTIMENTO "DESCONTO PADRÃO DE AGÊNCIA" A REVERTER AO ANUNCIANTE
até R\$ 2.500.000,00	-
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\$ 25.000.000,00 em diante	até 5% (cinco por cento) do investimento bruto

Os custos dos serviços internos, entendidos como aqueles executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria agência, serão calculados com base em parâmetros referenciais estabelecidos pelo Sindicato da base territorial onde a agência estiver localizada e não serão acrescidos de honorários nem de quaisquer encargos.

Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela agência ou indicados pelo anunciante. O cliente deverá pagar à agência honorários de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer fornecedores.

Quando a responsabilidade da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo o anunciante pagará à agência honorários de, no mínimo, 10% (dez por cento).

Como estímulo e incentivo à criatividade, presume-se que as ideias, peças, planos e campanhas de publicidade desenvolvidas pertençam à agência que os criou, observada a legislação sobre o direito autoral.

Ao modificar ou cancelar serviços internos já aprovados, executados ou em execução, o cliente deverá pagar à agência o custo desses serviços. A modificação ou o cancelamento de serviços ou suprimentos externos observará as condições por tanto estabelecidas pelo fornecedor ou veículo, e obrigará o cliente tanto ao pagamento dos custos já efetivados, como ao ressarcimento das obrigações irretratáveis.

Constitui prática desleal a apresentação, pela agência, de trabalhos de qualquer natureza em caráter especulativo a cliente de outra agência, a não ser quando expressamente solicitada pelo anunciante em concorrência para escolha de agência.

Constitui prática desleal a apresentação, pela agência, de trabalhos de qualquer natureza em caráter especulativo a cliente de outra agência, a não ser quando expressamente solicitada pelo anunciante em concorrência para escolha de agência.

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, respeitando o disposto no item 2.9 das Normas-Padrão.

O fee poderá ser acumulativo 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, através de profissionais ou empresas especializadas tais como, serviços de relações públicas, assessoria de imprensa, promoção, não media, marketing de guerrilha, 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 das Normas-Padrão, 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 das Normas-Padrão.

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 06 (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.

Nas contratações com o setor público, os anunciantes de cada poder e esfera administrativa serão considerados como departamentos de um só anunciante, para efeito de aplicação dos dispositivos econômicos destas Normas-Padrão, ainda que os contratos sejam celebrados separadamente com cada órgão, autarquia, empresa, fundação, sociedade de economia mista ou outro tipo de entidade governamental. Consideram-se esferas administrativas distintas o Município, o Estado e a União.

Sobre o Investimento

A determinação de custos dos serviços internos das peças criadas pela agência aqui teve como ponto de partida o fato de que sua remuneração corresponde à somatória dos seguintes itens:

- Entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria agência e constantes nessa referência + Custos dos serviços internos + desconto padrão de agência + honorários sobre o valor dos serviços de terceiros.
- Quando as peças publicitárias criadas e/ou finalizadas não gerarem remunerações à agência, seja a do desconto de agência e/ou honorários de 15% sobre serviço de terceiros, ficando assim, a remuneração da agência restrita, unicamente, aos seus custos internos, deverá esta cobrar um acréscimo de 100% sobre os valores constantes na Recomendação. Sem prejuízo dos demais ressarcimentos e/ou remuneração previstos contratualmente, estabelecidas pelo CENP ou possíveis de serem reivindicados judicialmente.
- Os custos dos serviços internos, aqueles executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria agência, e constantes na referência, estão divididos em três colunas, que representam as fases de trabalho necessárias para a confecção da peça publicitária. Segue abaixo um descritivo de cada uma destas fases:
 - Criação: custo diferenciado para cada tipo de peça, referente ao serviço da síntese da estratégia de comunicação publicitária, proposta pela agência para a solução do problema específico de comunicação descrito em briefing. É expressa sob forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplo de peça que a corporifique objetivamente, sendo apresentada sob forma de roteiro, textos e ou storyboard/layout quando para mídia eletrônica, e em forma de texto e layout para a mídia impressa, gráfica e outros.

- **Finalização:** custo diferenciado para cada tipo de peça, referente à finalização da peça publicitária, seguindo as orientações do layout. Nesta fase do trabalho, serão agrupados em um único documento, seguindo as normas gráficas, todos os elementos que compõem a peça publicitária, tais como fotografias, ilustrações, textos, títulos, logomarcas e qualquer outro elemento gráfico para que, depois de devidamente revisado e aprovado pelo cliente, possa ser enviado para o fornecedor ou veículo.
- **Editoração Eletrônica para Finalização:** custos referentes a uma série de outros serviços necessários à produção das peças publicitárias e ao seu fluxo na área gráfica, tendo como objetivos garantir a melhor qualidade de impressão, a segurança e integralidade das informações e a portabilidade dos arquivos referentes às peças publicitárias.

Podemos determinar que os serviços mínimos necessários e indispensáveis para a conclusão de uma peça publicitária estão divididos nas seguintes etapas: tratamento de imagens em que serão executados os serviços de retoque, recorte, fusão e correções de cores das imagens; fechamento de arquivos, realizado depois que a peça é finalizada e o tratamento de imagem já foi concluído, torna-se necessário para portabilidade que a peça finalizada seja transformada em um arquivo PDF-X 1a, que é o formato homologado internacionalmente, ideal para a reprodução gráfica.

Ainda serão necessárias outras etapas, como: Impressão em papel (print) da peça gráfica para que seja feita a revisão de textos e de seus elementos gráficos; envio de e-mail aos jornais e editoras dos arquivos referentes aos anúncios, o que obriga as agências a enviá-los por e-mail e checar o recebimento dos mesmos, via e-mail e ou por telefone; gravação de CD ou DVD na impossibilidade do arquivo ser enviado por e-mail, será enviado através de CD ou DVD; e backup do arquivo também deverá ser gravado em CD ou DVD com a finalidade de segurança.

Com base nestes três centros de custos, poderemos determinar os custos internos por peças publicitárias. Como exemplo, vamos compor os custos de anúncio de jornal de ½ página. É razoável pensar que um anúncio de jornal de meia página tenha, minimamente, as seguintes características gráficas: uma foto, grafismo, ilustrações texto, título e logomarcas; sendo assim, sua composição de custo será:

CRIAÇÃO	R\$ 1.916,40	Fechamento de arquivo PDF ou PSD	R\$ 98,80 (260 cm2)
FINALIZAÇÃO	R\$ 1.277,60	Envio por e-mail do arquivo	R\$ 67,60 (260 cm2)
EDITORIAÇÃO ELETRÔNICA		Gravação de CD ou DVD (Backup)	R\$ 41,00
Retoque de imagem	R\$ 160,00	TOTAL	R\$ 3.852,40
Recorte de imagem	R\$ 90,00		
Correções ou alterações de cores	R\$ 172,00		
Print formato A3 para revisão	R\$ 29,00		

Como a formatação discriminada dos custos internos das peças publicitárias torna os orçamentos longos e repetitivos, uma vez que os itens mínimos necessários à elaboração de cada peça são basicamente os mesmos, estamos utilizando, nesta nova Referência de Custos Internos, uma coluna onde são apresentados, como sugestão, os custos padrões mínimos por peça na fase de Editoração Eletrônica.

Mantivemos também, nessa Recomendação, a relação detalhada dos custos internos de editoração eletrônica, assim, poder-se-á fazer o orçamento com a descrição detalhada quando for necessário.

Criação de Campanha (Tema/Conceito)

Até aqui a referência de Custos é referente aos custos individuais de cada peça publicitária. No entanto, quando é solicitada a criação de campanha, é necessário uma etapa que antecede a criação das peças que a comporá. A agência deve cobrar o planejamento a partir de duas peças e o desenvolvimento do tema/conceito da campanha. Esta etapa deve ser cobrada de acordo com o segmento abordado pela campanha, conforme o estabelecido no item "X" dessa Recomendação de Custos. A determinação final de custos referentes a uma campanha será a conjunção dos custos de planejamento, criação do tema/conceito somados aos custos individuais de cada peça que compõe a campanha aprovada pelo cliente.

Os prazos mínimos, em dias úteis necessários para execução de peças são os seguintes, a partir da aprovação do briefing pelo cliente:

Criação de Campanhas: 7 dias

Peças avulsas: 3 dias

Peças de oportunidade: 1 dia

Elaboração de planos de mídia - Campanhas: 7 dias

Peças avulsas: 2 dias

Peças de oportunidade: 1 dia

Produção de campanhas: 10 a 20 dias

Sempre que esses prazos não forem obedecidos, o cliente pagará uma taxa de emergência à agência de no mínimo 20% sobre o valor dos custos dos serviços internos, para o ressarcimento dos custos adicionais, como horas extras, lanches e transporte dos profissionais da agência.

As peças não especificadas nessa referência serão orçadas por avaliação e referência de peças similares.

Custos Externos

São todos os custos dos serviços contratados com fornecedores/terceiros para a execução dos trabalhos dos clientes/anunciantes que são executados sob supervisão da agência.

Os honorários da agência (15%), incidentes sobre os custos dos serviços de fornecedores/terceiros, devem seguir o estipulado nos itens 3.6.1 e 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP.

Reembolso de Despesas

Todos os gastos efetuados a serviço do cliente serão previamente autorizados e efetivamente comprovados, sendo debitados pelo preço de custo, sem incidência de honorários ou comissões. Exemplos: viagens, diárias, transporte, alimentação, comunicação em geral, fotocópias etc.

Os reembolsos de despesas são parte integrante da receita tributável da agência. Assim sendo, tais reembolsos sofrem taxações de impostos. Estes tributos devem ser cobrados do cliente.

Permuta

Considerando os expressos termos do art. 9º, inciso VIII, c.c. a Lei 9.610/98 (Lei de Direito Autoral), bem como a forma disposta pelo item 13 do Código de Ética dos Profissionais da Propaganda, incorporado ao sistema legal por força do art. 17 da Lei 4.680/65, nenhum trabalho publicitário pode ser veiculado sem que a agência de propaganda criadora autorize sua divulgação e sem que seja ela, por isso, remunerada.

Considerando que nas negociações para veiculação de propaganda através de permutas, o pagamento da veiculação se dá através de outras moedas, que não em pecúnia, recomenda-se e se estabelece:

- Nas negociações para veiculação de publicidade onde sejam adotadas as permutas, a agência de propaganda que atende o cliente/anunciante deve, necessariamente, delas participar, a fim de estabelecer em conjunto com o veículo de divulgação e seu cliente a sua forma de remuneração correspondente ao desconto padrão de agência;
- A remuneração da agência de propaganda, correspondente ao desconto padrão de agência, será devida pelo veículo em qualquer caso (participando ou não a agência da negociação), sendo que o percentual de 20% (vinte por cento), correspondente aos citados honorários da agência, incidirá sobre o valor da permuta;

- Faculta-se às partes, notadamente aos veículos de divulgação/exibição e veiculação e às agências de publicidade e propaganda em conjunto que, excepcionalmente, estas possam receber, a título de desconto padrão de agência, espaço/tempo publicitário no citado veículo, para ser utilizado por um dos clientes da Agência, indicado previamente pela agência ao Veículo. Esta disposição é estabelecida como exceção à regra do item 4.7 das Normas-Padrão.

Projetos Especiais, Eventos, Apoios e Patrocínios

Nas negociações entre o cliente da carteira da agência e o atendimento promotor de projeto especial, promoção, feira, convenção, palestra, seminário, curso, e demais eventos, com a finalidade de que este cliente apoie ou patrocine as ações do promotor, fazendo a transferência de recurso através de pecúnia ou de permutas e que, em contrapartida, proporcione ao cliente exposição em mídia de sua(s) marca(s) e/ou produto(s) e/ou serviço(s) nas peças de divulgação do evento, caberá, nestes casos, à agência de propaganda responsável pela conta publicitária, uma remuneração sobre o valor do contrato que deve corresponder ao percentual de 20% (vinte por cento), equivalente ao desconto padrão de agência sendo esta devida pelo promotor do evento, em qualquer caso (participando ou não a agência da negociação).

Nos casos em que, como contrapartida, forem oferecidos créditos em espaços publicitários a serem utilizados livremente pelo cliente na divulgação de seu interesse, faculta-se à agência estimar os preços dos espaços publicitários oferecidos ao cliente.

Caso esses espaços estejam abaixo dos valores de mercado, ou ofertados pelo promotor como bonificação da negociação, poderá a agência estabelecer sua remuneração de 20% (desconto padrão de agência), levando em consideração não o valor pactuado, mas sim os valores de mercado referentes aos espaços ofertados ou preços pagos pelo seu cliente na compra de espaços publicitários semelhantes.

- Recomenda-se e estabelece que: nas negociações, a agência de propaganda que atende o cliente/anunciante deve necessariamente delas participar a fim de estabelecer, em conjunto com o promotor do evento e seu cliente, a sua forma de remuneração, correspondente ao desconto padrão de agência;
- A remuneração da agência de publicidade, correspondente ao desconto padrão de agência, será devida pelo promotor em qualquer caso (participando ou não a agência da negociação), sendo que o percentual de 20% (desconto padrão de agência), correspondente aos citados honorários da agência, incidirá sobre o valor do contrato.

Faculta-se às partes, notadamente aos promotores e às agências de propaganda em conjunto, que, excepcionalmente, estas possam receber, a título de desconto padrão de Agência, espaço/tempo publicitário quando o promotor for um veículo, podendo esse espaço/tempo ser utilizado por outros clientes da agência, a quem competirá indicar previamente ao veículo. Esta disposição é estabelecida como exceção à regra do item 4.7 das Normas-Padrão.

Quando o apoio ou o patrocínio for pago em forma de permuta, as bases de negociação serão as mesmas estabelecidas no item referente à permuta.

- Serviços não previstos nessa Referência são de livre acerto entre a agência e o cliente.
- Esta Recomendação poderá ser alterada sem prévio aviso.
- Esta Referência cancela e substitui a anterior.

Observações:

1. Nestes preços não estão incluídos serviços de terceiros tais como fotolito, fotógrafos, modelos etc. Sobre estes serviços a agência cobrará honorários de produção de 15% sobre o valor líquido das faturas, conforme Lei 4.680/65.
2. A agência cobrará valor correspondente ao ISS de 4% sobre o desconto de Agência (20%), honorários de agência (15%) e sobre custos internos de criação, texto, arte finalização, ilustrações, computação gráfica e outros a agência cobrará valor correspondente ao ISS de 5%.
3. Sobre os serviços de Assessoria, Divulgação, Relações Públicas, Projetos Especiais, Desconto de Agência na Veiculação de Matéria Legal etc., a agência cobrará o valor correspondente ao ISS de 4%.
4. Sempre que os serviços solicitados pelo cliente e executados pela agência não sejam finalizados, veiculados ou sejam cancelados sem justo motivo, a agência cobrará de acordo com essa recomendação, a fim de se ressarcir de suas despesas com planejamento, layout, concepção etc.
5. Serão debitados ao Cliente, pelo preço de custo sem incidência de honorários, todos os gastos efetuados e previamente autorizados e comprovados para o bom desempenho dos serviços. Esses gastos, em geral, referem-se a viagens, acomodações, transportes, alimentação, comunicação em geral e outros.
6. O cliente liquidará à vista, ou no prazo de trinta dias, as notas de honorários e despesas apresentadas pela agência, prevalecendo porém, o prazo de vencimento das faturas de serviços de terceiros.

Procedimentos Éticos

- Todo trabalho profissional de propaganda faz jus à paga respectiva nas bases combinadas prevalecendo, na falta destas, o preço comum para trabalhos similares.
- É proscrita por desleal a prestação de serviços profissionais gratuitos ou por preços inferiores aos da concorrência, a qualquer título executado, excetuando-se, naturalmente, os casos em que o beneficiário seja uma entidade incapaz de remunerá-lo.

LEI Nº 12.232, DE 29 DE ABRIL DE 2010

Normas gerais sobre licitações e contratações de serviços de publicidade

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA CASA CIVIL SUBCHEFIA PARA ASSUNTOS JURÍDICOS LEI Nº 12.232, DE 29 DE ABRIL DE 2010.

Dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA: Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO I **DISPOSIÇÕES GERAIS**

Art. 1 Esta Lei estabelece normas gerais sobre licitações e contratações pela administração pública de serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

§ 1 Subordinam-se ao disposto nesta Lei os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pelos entes referidos no caput deste artigo.

§ 2 As Leis nºs 4.680, de 18 de junho de 1965, e 8.666, de 21 de junho de 1993, serão aplicadas aos procedimentos licitatórios e aos contratos regidos por esta Lei, de forma complementar.

Art. 2 Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade 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 objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

§ 1 Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

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

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

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

§ 2 Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1 deste artigo, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

§ 3 Na contratação dos serviços de publicidade, faculta-se a adjudicação do objeto da licitação a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias, mediante justificativa no processo de licitação.

§ 4 Para a execução das ações de comunicação publicitária realizadas no âmbito dos contratos decorrentes das licitações previstas no § 3 deste artigo, o órgão ou a entidade deverá, obrigatoriamente, instituir procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela administração e publicada na imprensa oficial.

Art. 3 As pesquisas e avaliações previstas no inciso I do § 1 do art. 2 desta Lei terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

Parágrafo único. É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

Art. 4 Os serviços de publicidade previstos nesta Lei serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei no 4.680, de 18 de junho de 1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

§ 1 O certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto no caput deste artigo poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

§ 2 A agência contratada nos termos desta Lei só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem dos seus clientes, se previamente os identificar e tiver sido por eles expressamente autorizada.

CAPÍTULO II

DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

Art. 5 As licitações previstas nesta Lei serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas no art. 22 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, adotando-se como obrigatórios os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

Art. 6 A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do art. 40 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu § 2o, e às seguintes:

I - os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do art. 11 desta Lei;

II - as informações suficientes para que os interessados elaborem propostas serão estabelecidas em um briefing, de forma precisa, clara e objetiva;

III - a proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no briefing, e de um conjunto de informações referentes ao proponente;

IV - o plano de comunicação publicitária previsto no inciso III deste artigo será apresentado em 2 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria e outra com a identificação;

V - a proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário;

VI - o julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório;

VII - a subcomissão técnica prevista no § 1o do art. 10 desta Lei reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório;

VIII - serão fixados critérios objetivos e automáticos de identificação da proposta mais vantajosa para a administração, no caso de empate na soma de pontos das propostas técnicas, nas licitações do tipo “melhor técnica”;

IX - o formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação publicitária será padronizado quanto ao seu tamanho, a fontes tipográficas, a espaçamento de parágrafos, a quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, observada a exceção prevista no inciso XI deste artigo;

X - para apresentação pelos proponentes do conjunto de informações de que trata o art. 8º desta Lei, poderão ser fixados o número máximo de páginas de texto, o número de peças e trabalhos elaborados para seus clientes e as datas a partir das quais devam ter sido elaborados os trabalhos, e veiculadas, distribuídas, exibidas ou expostas as peças;

XI - na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação;

XII - será vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

XIII - será vedada a aposição ao invólucro destinado às informações de que trata o art. 8º desta Lei, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

XIV - será desclassificado o licitante que descumprir o disposto nos incisos XII e XIII deste artigo e demais disposições do instrumento convocatório.

§ 1º No caso do inciso VII deste artigo, persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da subcomissão técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

§ 2º Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10º desta Lei, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei.

Art. 7º O plano de comunicação publicitária de que trata o inciso III do art. 6º desta Lei será composto dos seguintes quesitos:

I - raciocínio básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do órgão ou entidade responsável pela licitação, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

II - estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo órgão ou entidade responsável pela licitação;

III - ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;

IV - estratégia de mídia e não mídia, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

Art. 8 O conjunto de informações a que se refere o inciso III do art. 6o desta Lei será composto de quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes.

Art. 9 As propostas de preços serão apresentadas em 1 (um) invólucro e as propostas técnicas em 3 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica.

§ 1 O invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido previamente pelo órgão ou entidade responsável pela licitação, sem nenhum tipo de identificação.

§ 2 A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

Art. 10 As licitações previstas nesta Lei serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

§ 1 As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

§ 2 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, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

§ 3 Nas contratações de valor estimado em até 10 (dez) vezes o limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, a relação prevista no § 2o deste artigo terá, no mínimo, o dobro do número de integrantes da subcomissão técnica e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

§ 4 A relação dos nomes referidos nos §§ 2o e 3o deste artigo será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

§ 5 Para os fins do cumprimento do disposto nesta Lei, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem os §§ 2o, 3o e 4o deste artigo, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

§ 6 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.

§ 7 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 artigo.

§ 8 A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no § 4o deste artigo e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

§ 9 O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o órgão ou entidade responsável pela licitação, nos termos dos §§ 1o, 2o e 3o deste artigo.

§ 10. Nas licitações previstas nesta Lei, quando processadas sob a modalidade de convite, a subcomissão técnica, excepcionalmente, nas pequenas unidades administrativas e sempre que for comprovadamente impossível o cumprimento do disposto neste artigo, será substituída pela comissão permanente de licitação ou, inexistindo esta, por servidor formalmente designado pela autoridade competente, que deverá possuir conhecimentos na área de comunicação, publicidade ou marketing.

Art. 11. Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório.

§ 1 Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

§ 2 Os invólucros padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só serão recebidos pela comissão permanente ou especial se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

§ 3 A comissão permanente ou especial não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

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

I - abertura dos 2 (dois) invólucros com a via não identificada do plano de comunicação e com as informações de que trata o art. 8º desta Lei, em sessão pública, pela comissão permanente ou especial;

II - encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão técnica para análise e julgamento;

III - análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do art. 6 desta Lei;

IV - elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

V - análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o art. 8º desta Lei, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;

VI - elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inciso V deste artigo e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

VII - realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

- a) abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária;
- b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;
- c) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;
- d) proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

VIII - publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

IX - abertura dos invólucros com as propostas de preços, em sessão pública, obedecendo-se ao previsto nos incisos II, III e IV do § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, nas licitações do tipo “melhor técnica”, e ao disposto no § 2º do art. 46 da mesma Lei, nas licitações do tipo “técnica e preço”;

X - publicação do resultado do julgamento final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

XI - convocação dos licitantes classificados no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação;

XII - recebimento e abertura do invólucro com os documentos de habilitação dos licitantes previstos no inciso XI deste artigo, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório;

XIII - decisão quanto à habilitação ou inabilitação dos licitantes previstos no inciso XI deste artigo e abertura do prazo para interposição de recurso, nos termos da alínea a do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

XIV - reconhecida a habilitação dos licitantes, na forma os incisos XI, XII e XIII deste artigo, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto licitado, observado o disposto no § 3 do art. 2º desta Lei.

Art. 12. O descumprimento, por parte de agente do órgão ou entidade responsável pela licitação, dos dispositivos desta Lei destinados a garantir o julgamento do plano de comunicação publicitária sem o conhecimento de sua autoria, até a abertura dos invólucros de que trata a alínea a do inciso VII do § 4º do art. 11 desta Lei, implicará a anulação do certame, sem prejuízo da apuração de eventual responsabilidade administrativa, civil ou criminal dos envolvidos na irregularidade.

CAPÍTULO III

DOS CONTRATOS DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E DA SUA EXECUÇÃO

Art. 13. A definição do objeto do contrato de serviços previstos nesta Lei e das cláusulas que o integram dar-se-á em estrita vinculação ao estabelecido no instrumento convocatório da licitação e aos termos da legislação em vigor.

Parágrafo único. A execução do contrato dar-se-á em total conformidade com os termos e condições estabelecidas na licitação e no respectivo instrumento contratual.

Art. 14. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º desta Lei.

§ 1º O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no caput deste artigo exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

§ 2º No caso do § 1º deste artigo, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

§ 3º O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto no § 2º deste artigo.

Art. 15. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

Parágrafo único. Pertencem ao contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

Art. 16. As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

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

Art. 17. As agências contratadas deverão, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo probatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

CAPÍTULO IV

DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 18. É facultativa a concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação e sua aceitação por agência de propaganda, e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência e não estão compreendidos na obrigação estabelecida no parágrafo único do art. 15 desta Lei.

§ 1º A equação econômico-financeira definida na licitação e no contrato não se altera em razão da vigência ou não de planos de incentivo referidos no caput deste artigo, cujos frutos estão expressamente excluídos dela.

§ 2 As agências de propaganda não poderão, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses dos contratantes, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

v§ 3 O desrespeito ao disposto no § 2o deste artigo constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da agência contratada e a submeterá a processo administrativo em que, uma vez comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas no caput do art. 87 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993.

Art. 19. Para fins de interpretação da legislação de regência, valores correspondentes ao desconto-padrão de agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da agência de publicidade e, em consequência, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do desconto-padrão à agência de publicidade for efetivado por meio de veículo de divulgação.

Art. 20. O disposto nesta Lei será aplicado subsidiariamente às empresas que possuem regulamento próprio de contratação, às licitações já abertas, aos contratos em fase de execução e aos efeitos pendentes dos contratos já encerrados na data de sua publicação.

Art. 21. Serão discriminadas em categorias de programação específicas no projeto e na lei orçamentária anual as dotações orçamentárias destinadas às despesas com publicidade institucional e com publicidade de utilidade pública, inclusive quando for produzida ou veiculada por órgão ou entidade integrante da administração pública.

Art. 22. Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.

Brasília, 29 de abril de 2010; 189º da Independência e 122º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Luiz Paulo Teles Ferreira Barreto

Este texto não substitui o publicado no DOU de 30.4.2010

Licitações e Pregão na Publicidade (FENAPRO)

A respeito de licitações para publicidade e propaganda, a Assessoria Jurídica da Federação Nacional das Agências de Propaganda (FENAPRO) esclarece:

1. A contratação de serviços publicitários pela Administração Pública somente pode ser procedida dentro das “normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e publicidade”, estabelecidas pela Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, em seu art. 1, §1º.

2. A referida Lei dispõe expressamente em seu art. 5º: “Art. 5º - As licitações previstas nesta Lei, serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas no art. 22 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, adotando-se como obrigatórios os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

3. As modalidades definidas pelo art. 5º, da Lei nº 12.232/10, para licitação e contratação de serviços publicitários, portanto, só podem ser:

- Concorrência;
- Tomada de preços;
- Convite.

E tais modalidades só podem ocorrer nos tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”, descartadas quaisquer outras modalidades e tipos.

4. A modalidade de pregão, não se encontra mencionada no art. 22 da Lei nº 8.666/93, portanto não se aplica à contratação de serviços publicitários e nem poderia se aplicar, porque os citados serviços são de natureza intelectual e não podem ser contratados através de registro de preços. Sua contratação exige apresentação de “Proposta Técnica” porque a prestação de serviços publicitários ocorre através de honorários percentuais, e não de preços fixos.

Tais honorários percentuais são calculados sobre preços de terceiros, Fornecedores e Veículos e os preços mencionados oscilam segundo a maior ou menor dificuldade de produção dos materiais desejados, bem como o meio de divulgação a que destinam os referidos materiais.

5. “O pregão somente pode ser utilizado para contratação de bem ou serviço comum, aquele destituído de alguma peculiaridade de que derive ausência de sua disponibilidade no mercado, para aquisição a qualquer tempo. Portanto, se a administração pretender promover registro de preços para bens e serviços que não são comuns (na acepção adotada na legislação do pregão) ser-lhe-á imperioso valer-se da concorrência (....)”, leciona o Prof. Dr. Marçal Justen Fº, in Comentários à Lei de Licitação e Contratos Administrativos, 14ª ed., p. 201, n.8.12.3.2, in fine.

6. Serviços comuns são os serviços que compreendem atividades amplas e genéricas como os serviços de limpeza, pintura, manutenção em geral, transporte etc... que se assemelham entre si, e podem ser contratados tomando-se o preço como fator relevante.

Os serviços publicitários como intelectuais que são, tem seu fulcro na criatividade, no planejamento e na qualidade da produção e divulgação.

Não há duas campanhas publicitárias iguais e nem poderia haver, pois uma delas seria plágio da outra.

Os serviços publicitários somente podem ser licitados através das normas contidas na Lei nº 12.232/10, pois se trata de uma legislação específica para licitação e contratação de serviços publicitários.

7. Assim sendo, a modalidade “pregão” não se aplica à licitação de serviços publicitários e nem à contratação dos mesmos.

Também é inaplicável à matéria, os sistemas correspondentes a “atos de preços” ou “registro de preços” que somente, correspondem a serviços de natureza comum.

Os serviços publicitários apenas podem ser licitados nas modalidades “concorrência”, “tomada de preços” e “convite”, e nos tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

8. Por fim lembramos que o descumprimento da Lei nº 12.232/10, por parte do agente do órgão ou entidade responsável pela licitação, implicará na anulação do certame, sem prejuízo da apuração de responsabilidade administrativa, civil ou até mesmo criminal dos envolvidos, conforme disposto no art. 12 da citada Lei.

Administrativamente, a pena é a prescrita no art. 90 da Lei nº 8.666/93 com alterações posteriores, e corresponde a detenção de 02 (dois) a 04 (quatro) anos e multa.

Para tanto, basta denunciar ao Tribunal de Contas da União e/ou ao Ministério Público.”

Permanecemos ao mais inteiro dispor.

Diretoria e Conselho de Ética
SINAPRO/PB
FENAPRO

Sugestão de Briefing

DADOS DO CLIENTE

Cliente:
JOB Nº :
Cidade:
Estado:
Endereço:
Telefones:
Produto:
CNPJ/MF/CIC:
Inscrição Estadual/RG:
Inscrição Municipal:
No Cliente Contato com:

RESPOSTAS DO BRIEFING

DATA DA VISITA:

DATA DA ENTREGA:

FORMATO:

CORES:

1. Fato Principal?

2. Problema a ser resolvido pela comunicação?

3. Objetivo da comunicação?

4. Estratégia Criativa?

Roteiro de Criação:

Definição do público alvo, da mensagem e da oferta:

Concorrência direta e indireta?

Principal promessa a ser comunicada?

Razão da promessa?

Obrigatoriedade e limitações?

5. Estratégia de Mídia?

6. Instruções Específicas - obrigatoriedade?

7. Critérios para seleção de mídias?

8. Datas de aniversário da empresa e dos diretores (dia e mês)?

9. Posicionamento?

10. Pontos Fortes?

11. Pontos Fracos?

12. Ameaças?

13. Oportunidades?

14. O que mais os clientes adoram?

15. O que mais os clientes reprovam?

16. Qual a proposta da empresa / produto / serviço?
17. O que as pessoas procuram?
18. Verba para pesquisa?
19. Verba para planejamento?
20. Verba para criação, concepção?
21. Verba para produção ?
22. Verba para veiculação, exibição?
23. O seu preço é formado pela composição de custos? e ou pelo valor percebido?
24. Faturamento, mensal e ou anual?
25. Outros?
19. Verba para planejamento?
20. Verba para criação, concepção?
21. Verba para produção ?
22. Verba para veiculação, exibição?
23. O seu preço é formado pela composição de custos? e ou pelo valor percebido?
24. Faturamento, mensal e ou anual?
25. Outros?

INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES - RAFF

As informações aqui prestadas são confidenciais ao cliente e à Agência.

DATA:

- Assinatura ou rubrica do cliente com carimbo
- Assinatura ou rubrica pela agência

MODELO DE CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE.

Pelo presente instrumento particular de Contrato a (INSERIR AGÊNCIA), com sede na (INSERIR RUA/AVENIDA, NÚMERO, BAIRRO), com o CEP (INSERIR), na cidade de (INSERIR), no estado da Paraíba (Brasil), com o telefone (INSERIR), inscrita no CNPJ sobre o número (INSERIR), deste ponto em diante denominada CONTRATADA, e o cliente (INSERIR CLIENTE), com sede na (INSERIR RUA/AVENIDA, NÚMERO, BAIRRO), com o CEP (INSERIR), na cidade de (INSERIR), no estado da Paraíba (Brasil), com o telefone (INSERIR), inscrito no CNPJ sobre o número (INSERIR), deste ponto em diante denominado CONTRATANTE, ambas devidamente representadas na forma de seus respectivos Contratos Sociais, têm entre si justo e acordado o presente Contrato de Prestação de Serviços, que se regerá pelas cláusulas e condições seguintes:

01 – DO OBJETO DO CONTRATO

1.1. O presente Contrato tem como objeto, a prestação pela CONTRATADA à CONTRATANTE, de qualquer dos seguintes serviços, nas áreas de publicidade, propaganda, promoção, eventos e merchandising:

- a. criação e execução de peças/campanhas de comunicação para qualquer mídia de massa, dirigida/internet/mídias alternativas, bem como distribuição direta;
- b. criação e execução de peças/campanhas promocionais/institucionais; para qualquer tipo de mídia e exibição direta;
- c. operacionalização e controle de ações promocionais;
- d. realização de eventos promocionais, culturais etc;
- e. acompanhamento da produção de quaisquer materiais publicitários e/ou promocionais;
- f. distribuição de materiais publicitários e/ou promocionais à divulgação.

1.2. Para realização dos serviços acima indicados, a CONTRATADA desenvolverá trabalhos preliminares tais como:

- a) briefing/pesquisas;
- b) análise das estratégias de comunicação;
- c) geração de estudos alternativos;
- d) planejamento, criação e execução interna de materiais.

1.3. Todos os serviços só serão executados mediante prévia aprovação por escrito da CONTRATANTE.

02 – DO PRAZO DO CONTRATO.

2.1. Esse Contrato vigorará entre as partes por prazo indeterminado, podendo ser rescindido, sem qualquer ônus ou penalidade, mediante prévio aviso por escrito com 60 (sessenta) dias de antecedência.

2.2. Durante o prazo de aviso-prévio, a CONTRATADA atenderá normalmente à CONTRATANTE, em todas as suas necessidades. Findo o prazo de aviso-prévio, a CONTRATANTE obriga-se a pagar todas as despesas que se vencerem após tal término, desde que por ela prévia e expressamente autorizadas.

03. DO PREÇO E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

3.1. Pela prestação dos serviços objeto desse Contrato, a CONTRATANTE pagará à CONTRATADA:

- a) Custos Internos: segundo a tabela de Investimentos Referenciais do SINAPRO/PB – Sindicato das Agências de Publicidade e Propaganda do Estado da Paraíba em vigor;
- b) Acompanhamento da produção de materiais executada por terceiros: 15% (quinze por cento);

§ Único – Os serviços de planejamento de mídia, acompanhamento do cumprimento do plano de mídia, check-in, compensação de eventuais falhas e outros são remunerados pelos Veículos de Divulgação, através do “Desconto Padrão de Agência” previsto na legislação aplicável.

3.2. A CONTRATANTE reembolsará à CONTRATADA, as despesas com transporte de materiais, viagens a serviços (passagens, traslado, hospedagem) e alimentação, sempre que necessárias, desde que previamente submetidas e aprovadas pela CONTRATANTE, e comprovadas por documentação original.

3.3. Os pagamentos serão sempre efetuados mediante apresentação pela CONTRATADA, no local indicado pela CONTRATANTE, da respectiva Nota Fiscal/Fatura, corretamente emitida, acompanhada dos comprovantes das despesas nela contidas. Os pagamentos serão efetuados no prazo de 10 (dez) dias corridos.

3.3.1. A CONTRATADA deverá anexar ao seu faturamento, as notas fiscais de terceiros (Fornecedores e Veículos), emitidas em nome da CONTRATANTE.

3.4. O atraso no pagamento de qualquer Nota Fiscal/Fatura por parte da CONTRATANTE, implicará na assunção por parte da CONTRATANTE, de todos os acréscimos incorridos e dele decorrentes, que venham a ser cobrados por parte dos Fornecedores e Veículos.

3.4.1. No tocante à remuneração da CONTRATADA, tal atraso implicará na incidência de multa moratória de 2% (dois por cento), acrescida de juros de mora de 1% (hum por cento) ao mês ou fração.

04 – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

4.1. A CONTRATADA obriga-se a:

- a) cumprir fielmente todas as obrigações ora acordadas;
- b) submeter à CONTRATANTE, para prévia aprovação escrita, todo texto proposto, layouts, arte e quaisquer outros materiais de comunicação antes de encaminhá-los à produção externa e à divulgação;
- c) contratar regularmente os modelos/artistas que participarem da produção externa e ou interna, autorizando previamente a utilização das respectivas imagens e som de voz, fornecendo à CONTRATANTE uma cópia dos contratos celebrados;
- d) licenciar regularmente os direitos autorais incidentes sobre as obras preexistentes, que venham a ser incluídas na produção, tais como, porém não exclusivamente, trilhas, quadros, esculturas etc;

e) respeitar a legislação vigente aplicável a atividade publicitária, criando e produzindo materiais publicitários e/ou promocionais dentro das normas previstas no Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária, no Código de Defesa do Consumidor e demais em vigor.

05 – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

5.1. A CONTRATANTE obriga-se a:

- a) aprovar em tempo hábil as Notas Fiscais/Faturas da CONTRATADA, afim de respeitar as condições de pagamento por ela pactuadas com Fornecedores e Veículos, previamente aprovadas pela CONTRATANTE;
- b) fornecer à CONTRATADA todas as informações necessárias à correta criação das peças/campanhas publicitárias;
- c) manter em seu poder, para exibição a terceiros, os dados fáticos, técnicos e científicos que fundamentarem as mensagens publicitárias, conforme disposto no § único do art. 36 do Código de Defesa do Consumidor.

06 – DA CONFIDENCIALIDADE

6.1. Cada uma das partes, por si e por seus funcionários compromete-se a manter como confidenciais, os termos deste Contrato e de todas as outras informações e conhecimentos não públicos, recebidos em decorrência desse Contrato, objetivando sua execução, não podendo torná-las acessíveis a quaisquer terceiros sem concordância expressa da outra parte.

07 – DA EXCLUSIVIDADE

7.1. A CONTRATADA compromete-se a prestar seus serviços com inteira exclusividade, à CONTRATANTE, e essa se compromete a realizar o planejamento, a criação, a produção e distribuição de materiais/campanhas publicitárias e/ou promocionais, apenas através da CONTRATADA.

08 – DAS RESPONSABILIDADES TRABALHISTAS

8.1. O presente Contrato não estabelece qualquer relação de emprego entre a CONTRATANTE e os empregados da CONTRATADA, sendo a última citada a única e exclusiva responsável pela contratação, pagamento e demissão de seus funcionários, durante o prazo de vigência desse Contrato.

8.2. A CONTRATADA compromete-se a cumprir fielmente a legislação trabalhista, previdenciária, fundiária e tributária, bem como as normas relativas à segurança e medicina do trabalho em relação aos seus empregados.

09 – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

9.1. É expressamente vedada a cessão ou transferência desse Contrato a terceiros, salvo de comum acordo entre as partes.

9.2. Todos os entendimentos sobre o andamento ou alteração do objeto, termos e condições desse Contrato, deverão ser mantidos por escrito, mediante Termos Aditivos assinados pelos representantes legais das partes, sendo certo que acordos verbais não produzirão quaisquer efeitos entre elas.

9.3. Esse Contrato foi ajustado dentro dos princípios da boa-fé e probidade, sem qualquer vício de consentimento.

10 – DO FORO

10.1. As partes elegem o foro da comarca de João Pessoa, no estado da Paraíba, para dirimir questões decorrentes desse Contrato, com exclusão de qualquer outro por mais privilegiado que seja.

E por estarem justas e contratadas, as partes firmam o presente Contrato em 02 (duas) vias de iguais teor e forma, perante as testemunhas abaixo, para que produza todos os efeitos de direito.

João Pessoa/Paraíba, XX de XXXX de XXXX.

CONTRATANTE

Anunciante

Diretor

CONTRATADA

Agência de Publicidade

Publicitário

TESTEMUNHA 01:

Nome

CPF

CI

TESTEMUNHA 02:

Nome

CPF

CI

Termos Comuns em Publicidade e Propaganda

- **Audiovisual:** modo de atingir o áudio e o visual. Geralmente se resume a apresentação de slides, CD, DVD e fita gravada.
- **Banner:** material de ponto de venda, tipo pequena bandeira, com mensagem promocional. Pode ser em pano, plástico ou papel.
- **Blimp:** balão inflável preso ao solo por meio de corda, com mensagem promocional.
- **Broadside:** folheto destinado à rede de revenda, com minuciosas informações do cliente sobre a campanha publicitária pretendida.

- **Budgets:** Orçamentos. Projeção e plano que definem o custo previsto para ser atingido um objetivo.
- **Cartaz:** peça com impressão em apenas um dos lados, exposta em grandes armações ao ar livre.
- **Conversão de arquivos:** mudar o programa no qual foi formatada a peça publicitária, para envio ao veículo.
- **Digitalização de imagens:** captação da imagem e transformação por meio eletrônico (digital).
- **Display de balcão:** dispositivo para representação visual da informação. Móvil.
- **Documentário:** filme que registra um fato ou evento, geralmente de curta duração.
- **Encarte:** anúncio, geralmente em folheto, que é colocado numa publicação, revista ou jornal.
- **Folder:** impresso em apenas uma folha, contendo uma ou mais dobras.
- **Folheto:** pequeno livro com matéria promovendo um produto ou dando instruções sobre seu uso.
- **Fusão de imagens:** utilização de várias imagens para formar um todo compacto.
- **House organ:** veículo impresso distribuído para público interno (funcionários e suas famílias) e externo (fornecedores, acionistas, clientes, imprensa etc.). O mesmo que jornal da empresa, revista da empresa.
- **Insert:** inserção de informação posterior (geralmente lettering) em um vídeo-tape.
- **Jingle:** comercial musicado para rádio, internet, carro de som volante, moto volante, bicicleta volante etc .
- **Logomarca:** parte da marca que pode ser reconhecida, mas que não pode ser verbalizada, tal como símbolo, design, colorido ou letras distintas.
- **Mala direta:** propaganda enviada pelo correio diretamente ao consumidor.
- **Marca/logotipo:** identificação sob forma de nome, símbolo, termo, desenho ou alguma combinação de todos, que diferencia um produto ou serviço de seus similares.
- **Painel:** propaganda ao ar livre com mensagem pintada em material durável.
- **Pin:** logomarca aplicada em alfinete sob a forma de broche.

- **Portfólio eletrônico e/ou impresso:** coleção de cópias de inserções publicitárias, comerciais de TV ou qualquer outra iniciativa a ser utilizada na ação de venda do produto – Pasta que contém a coleção de trabalhos da agência ou de um artista – Ferramenta pela qual a empresa se identifica e avalia seus vários negócios.
- **Press release:** noticiário de interesse do cliente distribuído à imprensa pela agência, através de uma assessoria de imprensa especializada.
- **Print color:** impressão de uma peça em cores.
- **Print P&B:** impressão de uma peça em preto e branco.
- **Retoque de imagens:** eliminação de defeitos na imagem via computador.
- **Spot:** Texto gravado, locução com ou sem trilha, para rádio, Internet, carro de som volante, moto volante, bicicleta volante, etc.
- **Testemunhal:** depoimento sobre determinado produto, enfatizando suas qualidades.
- **Trilha:** abreviação de trilha sonora.
- **Vetorização:** redesenho da imagem em programa de vetor.
- **Vinheta eletrônica:** cena animada rápida com ou sem sonorização para lembrar um tema, empresa, comercial ou marca na televisão, rádio, Internet, etc.
- **Volante:** pequeno boletim com texto promocional distribuído em lojas e residências.

VEICULAÇÃO
20% do valor contratado com o veículo

PRODUÇÃO
15% sobre serviços contratados

TERCEIROS
no mínimo 10% sobre outros serviços de terceiros

Valores de investimento mínimo para reembolso de custos internos de serviços próprios de agência de Publicidade e Propaganda recomendados pelo - SINAPRO - PB



JORNAL - ANÚNCIO

		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
01	Anúncio Mínimo/ Rodapé	R\$ 1048 ^{,60}	R\$ 699 ^{,00}	R\$ 1.747 ^{,60}
02	1/8 de página	R\$ 1.122 ^{,10}	R\$ 748 ^{,00}	R\$ 1.870 ^{,10}
03	1/4 de página	R\$ 1.615 ^{,20}	R\$ 1.076 ^{,80}	R\$ 2.818 ^{,80}
04	1/2/ Rouba página	R\$ 2.223 ^{,40}	R\$ 1.482 ^{,30}	R\$ 3.705 ^{,70}
05	1 página	R\$ 3.442 ^{,30}	R\$ 2.294 ^{,80}	R\$ 5.737 ^{,10}
06	Página dupla	R\$ 5.599 ^{,70}	R\$ 3.733 ^{,10}	R\$ 9.332 ^{,80}



REVISTA - ANÚNCIO

		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
07	Anúncio Mínimo/ Rodapé	R\$ 748 ^{,90}	R\$ 499 ^{,20}	R\$ 1.248 ^{,10}
08	1/8 de página	R\$ 908 ^{,50}	R\$ 605 ^{,60}	R\$ 1.514 ^{,10}
09	1/4 de página	R\$ 1.328 ^{,20}	R\$ 885 ^{,40}	R\$ 2.213 ^{,60}
10	1/2 de página	R\$ 2.545 ^{,60}	R\$ 1.697 ^{,10}	R\$ 4.242 ^{,80}
11	1 página	R\$ 3.824 ^{,20}	R\$ 2.549 ^{,50}	R\$ 6.373 ^{,70}
12	Página dupla	R\$ 5.095 ^{,20}	R\$ 3.096 ^{,80}	R\$ 8.492 ^{,00}



PUBLICIDADE LEGAL

		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
13	Anúncio Mínimo/ Rodapé	R\$ 337 ^{,80}	R\$ 225 ^{,20}	R\$ 563 ^{,00}
14	1/8 de página	R\$ 563 ^{,40}	R\$ 375 ^{,60}	R\$ 939 ^{,00}
15	1/4 de página	R\$ 943 ^{,20}	R\$ 628 ^{,80}	R\$ 1.572 ^{,00}
16	1/2 de página	R\$ 1.317 ^{,60}	R\$ 878 ^{,40}	R\$ 2.196 ^{,00}
17	1 página	R\$ 1.844 ^{,40}	R\$ 1.229 ^{,60}	R\$ 3.074 ^{,00}
18	Página dupla	R\$ 3.286 ^{,20}	R\$ 2.190 ^{,80}	R\$ 5.477 ^{,00}



LOGOTIPIA, IDENTIDADE VISUAL E EMBALAGENS

		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
19	Marca empresa	R\$ 7.866 ^{,60}	R\$ 5.244 ^{,40}	R\$ 13.111 ^{,00}
20	Marca produto/serviço	R\$ 6.289 ^{,80}	R\$ 4.193 ^{,20}	R\$ 10.483 ^{,00}
21	Marca promocional	R\$ 5.775 ^{,60}	R\$ 3.850 ^{,00}	R\$ 9.625 ^{,00}
22	Reformulação de marca	R\$ 3.933 ^{,60}	R\$ 2.622 ^{,40}	R\$ 6.556 ^{,00}
23	Manual de identidade visual	R\$ 2.400 ^{,60}	R\$ 1.600 ^{,40}	R\$ 4.001 ^{,00}
24	Sinalização de fachada de empresa/loja	R\$ 4.187 ^{,40}	R\$ 2.791 ^{,60}	R\$ 6.979 ^{,00}
25	Sinalização interna de empresa/loja - projeto completo	R\$ 3.384 ^{,60}	R\$ 2.256 ^{,40}	R\$ 5.641 ^{,00}
26	Sinalização interna de empresa/loja - por placa	R\$ 136 ^{,80}	R\$ 91 ^{,20}	R\$ 228 ^{,00}
27	Embalagem Padrão (formatos convencionais, por peça)	R\$ 11.272 ^{,20}	R\$ 7.514 ^{,80}	R\$ 18.787 ^{,00}
28	Embalagem Linha de Produtos (adaptação), por peça	R\$ 34.335 ^{,00}	R\$ 22.890 ^{,00}	R\$ 57.225 ^{,00}
29	Embalagem Promocional	R\$ 3.774 ^{,60}	R\$ 2.496 ^{,40}	R\$ 6.241 ^{,00}
30	Embalagem Projeto Especial (por peça)	R\$ 13.526 ^{,40}	R\$ 9.017 ^{,60}	R\$ 22.544 ^{,00}
31	Embalagem pequena p/ amostra grátis, sampling	R\$ 2.332 ^{,80}	R\$ 1.555 ^{,20}	R\$ 3.888 ^{,00}
32	Caixa de Papelão	R\$ 2.853 ^{,00}	R\$ 1.902 ^{,00}	R\$ 4.775 ^{,00}
33	Sinalização de veículo - moto	R\$ 1.363 ^{,80}	R\$ 909 ^{,20}	R\$ 2.273 ^{,00}
34	Sinalização de veículo - pequeno e médio porte	R\$ 2.093 ^{,40}	R\$ 1.395 ^{,60}	R\$ 3.489 ^{,00}
35	Sinalização de veículo - grande porte (Ônibus, Trens, Aviões)	R\$ 3.313 ^{,20}	R\$ 2.208 ^{,80}	R\$ 5.522 ^{,00}
36	Mascote/Personagem	R\$ 8.619 ^{,00}	R\$ 5.746 ^{,00}	R\$ 14.365 ^{,00}
37	Criação de nome fantasia	R\$ 3.500 ^{,40}	R\$ 2.333 ^{,60}	R\$ 5.834 ^{,00}
38	Criação de nome de produto/serviço	R\$ 3.694 ^{,20}	R\$ 2.462 ^{,80}	R\$ 6.157 ^{,00}
39	Rótulo	R\$ 4.371 ^{,00}	R\$ 2.914 ^{,00}	R\$ 7.285 ^{,00}
40	Símbolo iconográfico	R\$ 2.899 ^{,80}	R\$ 1.933 ^{,20}	R\$ 4.833 ^{,00}
41	Uniforme - por peça	R\$ 1.989 ^{,00}	R\$ 1.326 ^{,40}	R\$ 3.315 ^{,00}
42	Slogan/Conceito ou Assinatura de marca	R\$ 4.425 ^{,60}	R\$ 2.950 ^{,40}	R\$ 7.376 ^{,00}
43	Balcão de degustação	R\$ 3.939 ^{,00}	R\$ 2.626 ^{,00}	R\$ 6.565 ^{,00}



Continuação

LOGOTIPIA, IDENTIDADE VISUAL E EMBALAGENS

		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
44	Display ou sinalização de vitrine	R\$ 4.665 ^{,60}	R\$ 3.110 ^{,40}	R\$ 7.776^{,00}
45	Stand de Feira - Por peça	R\$ 10.345 ^{,20}	R\$ 6.896 ^{,80}	R\$ 17.242^{,00}
46	Blimp	R\$ 1.181 ^{,40}	R\$ 787 ^{,60}	R\$ 1.969^{,00}
47	Totem	R\$ 1.683 ^{,00}	R\$ 1.122 ^{,00}	R\$ 2.805^{,00}
48	Lixeiras	R\$ 1.677 ^{,60}	R\$ 1.118 ^{,40}	R\$ 2.796^{,00}
49	Sacolas	R\$ 1.079 ^{,40}	R\$ 719 ^{,60}	R\$ 1.799^{,00}
50	Carteira de identificação ou crachá	R\$ 829 ^{,20}	R\$ 552 ^{,80}	R\$ 1.382^{,00}



PEÇAS GRÁFICAS

		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
51	Adesivo - até 30cm diâmetro ou comprimento	R\$ 1.339 ^{,80}	R\$ 893 ^{,20}	R\$ 2.233^{,00}
52	Adesivo - até 60cm diâmetro ou comprimento	R\$ 2.235 ^{,00}	R\$ 1.490 ^{,00}	R\$ 3.725^{,00}
53	Adesivo - até 120cm diâmetro ou comprimento	R\$ 3.577 ^{,20}	R\$ 2.384 ^{,80}	R\$ 5.962^{,00}
54	Adesivo bottom ou bottom	R\$ 824 ^{,40}	R\$ 549 ^{,60}	R\$ 1.374^{,00}
55	Agenda - layout de capa	R\$ 2.380 ^{,80}	R\$ 1.587 ^{,20}	R\$ 3.968^{,00}
56	Agenda - layout de página (p/ página)	R\$ 420 ^{,30}	R\$ 280 ^{,20}	R\$ 700^{,50}
57	Agenda - desenvolvimento de conteúdo (p/ página)	R\$ 463 ^{,20}	R\$ 308 ^{,80}	R\$ 772^{,00}
58	Apresentação em Flash, Power Point ou Keynote	R\$ 4.256 ^{,40}	R\$ 2.837 ^{,60}	R\$ 7.094^{,00}
59	Background de apresentação digital (Arte Slides)	R\$ 353 ^{,10}	R\$ 235 ^{,40}	R\$ 588^{,50}
60	Bandeirola, Flâmula ou Estandarte (Até 50 cm)	R\$ 787 ^{,20}	R\$ 524 ^{,80}	R\$ 1.312^{,00}
61	Bandeira (Acima 50 cm)	R\$ 1.069 ^{,20}	R\$ 712 ^{,80}	R\$ 1.782^{,00}
62	Banner formato especial - até 1m2	R\$ 1.068 ^{,60}	R\$ 712 ^{,40}	R\$ 1.781^{,00}
63	Banner formato especial - acima de 1m2	R\$ 1.493 ^{,40}	R\$ 995 ^{,60}	R\$ 2.489^{,00}
64	Backdrop ou painel fotográfico	R\$ 1.051 ^{,80}	R\$ 701 ^{,20}	R\$ 1.753^{,00}
65	Bloco de anotações - layout de página (por peça)	R\$ 942 ^{,60}	R\$ 628 ^{,40}	R\$ 1.571^{,00}



Continuação

PEÇAS GRÁFICAS

		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
66	Calendário de mesa (com mais de 12 laudas)	R\$ 4.258 ^{,20}	R\$ 2.838 ^{,80}	R\$ 7.097^{,00}
67	Calendário de mesa ou bolso (peça única)	R\$ 930 ^{,00}	R\$ 620 ^{,00}	R\$ 1.550^{,00}
68	Calendário de parede	R\$ 1.950 ^{,60}	R\$ 1.300 ^{,40}	R\$ 3.251^{,00}
69	Capa caderno/cordel	R\$ 2.381 ^{,10}	R\$ 1.587 ^{,40}	R\$ 3.968^{,50}
70	Capa carnê	R\$ 400 ^{,20}	R\$ 266 ^{,80}	R\$ 667^{,00}
71	Cardápio - layout de capa	R\$ 3.319 ^{,20}	R\$ 2.212 ^{,80}	R\$ 5.532^{,00}
72	Cardápio ou Tabela de Preços (p/ página)	R\$ 400 ^{,80}	R\$ 267 ^{,20}	R\$ 668^{,00}
73	Catálogo - layout de capa	R\$ 2.880 ^{,00}	R\$ 1.920 ^{,00}	R\$ 4.800^{,00}
74	Catálogo - layout de página (p/ página)	R\$ 242 ^{,40}	R\$ 161 ^{,60}	R\$ 404^{,00}
75	Catálogo - desenvolvimento de conteúdo (p/ página)	R\$ 463 ^{,20}	R\$ 308 ^{,80}	R\$ 772^{,00}
76	Cartão Postal ou de Natal/Ano Novo	R\$ 1.311 ^{,00}	R\$ 874 ^{,00}	R\$ 2.185^{,00}
77	Cartão Postal ou de Natal/Ano Novo (projeto especial)	R\$ 1.690 ^{,80}	R\$ 1.127 ^{,20}	R\$ 2.818^{,00}
78	Cartão de crédito/fidelização	R\$ 2.669 ^{,40}	R\$ 1.779 ^{,60}	R\$ 4.449^{,00}
79	Cartaz/Pôster - Até tamanho A3	R\$ 1.683 ^{,00}	R\$ 1.122 ^{,00}	R\$ 2.805^{,00}
80	Cartaz/Pôster - Acima tamanho A3	R\$ 2.680 ^{,80}	R\$ 1.787 ^{,20}	R\$ 4.468^{,00}
81	Cartilha/Apostila/Manual - layout de capa	R\$ 5.957 ^{,40}	R\$ 3.971 ^{,60}	R\$ 9.929^{,00}
82	Cartilha/Apostila/Manual - layout de página (p/ página)	R\$ 3.361 ^{,20}	R\$ 2.240 ^{,80}	R\$ 5.602^{,00}
83	Certificado ou Diploma	R\$ 1.064 ^{,40}	R\$ 709 ^{,60}	R\$ 1.774^{,00}
84	Cinta para Jornal ou Revista	R\$ 1.323 ^{,00}	R\$ 882 ^{,00}	R\$ 2.205^{,00}
85	Convite Simples (Frente e verso)	R\$ 1.117 ^{,80}	R\$ 745 ^{,20}	R\$ 1.863^{,00}
86	Convite - Projeto especial	R\$ 2.495 ^{,40}	R\$ 1.663 ^{,60}	R\$ 4.159^{,00}
87	Cupom promocional ou sorteio	R\$ 618 ^{,00}	R\$ 412 ^{,00}	R\$ 1.030^{,00}
88	Ficha de inscrição ou Questionário	R\$ 493 ^{,20}	R\$ 328 ^{,80}	R\$ 822^{,00}
89	Folder - Lâmina única c/ dobras (por lauda) ou Grampeado/colado	R\$ 675 ^{,60}	R\$ 450 ^{,40}	R\$ 1.126^{,00}
90	Mala - direta - Frente e verso, até 1 dobra	R\$ 1.212 ^{,60}	R\$ 808 ^{,40}	R\$ 2.021^{,00}



Continuação

PEÇAS GRÁFICAS

		criação	finalização	total
91	Mala - direta - Projeto especial (por página ou lauda)	R\$ 422,40	R\$ 281,60	R\$ 704,00
92	Folhetos menores que A5	R\$ 988,20	R\$ 658,80	R\$ 1.647,00
93	Folheto Frente - Até A4	R\$ 988,20	R\$ 658,80	R\$ 1.647,00
94	Folheto Frente e verso - Até A4	R\$ 2.182,20	R\$ 1.454,80	R\$ 3.637,00
95	Projeto gráfico Jornal ou Revista - Capa	R\$ 2.379,00	R\$ 1.586,00	R\$ 3.965,00
96	Projeto gráfico Jornal ou Revista - diagramação (p/página)	R\$ 419,10	R\$ 279,40	R\$ 698,50
97	Livro - layout de capa/contracapa	R\$ 3.366,90	R\$ 2.244,60	R\$ 5.611,50
98	Livro - diagramação (p/página)	R\$ 420,30	R\$ 280,20	R\$ 700,50
99	Santinho Frente	R\$ 740,10	R\$ 493,40	R\$ 1.233,50
100	Santinho Frente e verso	R\$ 1.333,30	R\$ 888,80	R\$ 2.222,00



BRINDES

		criação	finalização	total
101	(Por peça - ver descrição no rodapé)*	R\$ 745,20	R\$ 496,80	R\$ 1.242,00
102	Camisa/camiseta	R\$ 905,40	R\$ 603,60	R\$ 1.509,00
103	Caneta/lápis	R\$ 728,40	R\$ 485,60	R\$ 1.214,00
104	CD/DVD - layout de capa/contracapa e disco	R\$ 1.537,80	R\$ 1.025,20	R\$ 2.563,00
105	CD/DVD - encarte (p/página)	R\$ 412,80	R\$ 275,20	R\$ 688,00

*São considerados brindes: boné, canivete, baralho, braçadeira, caneca, caixa de fósforo, capa de chuva, chapéu, cinzeiro, copo, viseira, guardanapo, guarda-sol, imãs, isqueiro, lápis, leque/abanador, mouse pad, marcador de página, medalha, nécessaire, régua, risque e rabisque, saco de pipoca, toalha, troféu que apenas sejam produzidos com aplicação de marca.



ILUSTRAÇÕES E MAPAS

		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
106	Cartum, charge, caricatura	R\$ 1.701 ^{,60}	R\$ 1.134 ^{,40}	R\$ 2.836^{,00}
107	Ilustração Simples	R\$ 945 ^{,00}	R\$ 630 ^{,00}	R\$ 1.575^{,00}
108	Ilustração projeto especial	R\$ 1.177 ^{,80}	R\$ 785 ^{,20}	R\$ 1.963^{,00}
109	Mapa de localização - Simples	R\$ 2.493 ^{,00}	R\$ 1.662 ^{,00}	R\$ 4.155^{,00}
110	Mapa de localização - Ilustrado (com detalhamento específico)	R\$ 6.230 ^{,40}	R\$ 4.153 ^{,60}	R\$ 10.384^{,00}



MATERIAIS DE PDV

		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
111	Danger, Stopper, Mobile, Wobbler para PDV	R\$ 1.920 ^{,00}	R\$ 1.280 ^{,00}	R\$ 3.200^{,00}
112	Layout PDV - Forração, faixa ou saia de gôndola e/ou mostruários	R\$ 660 ^{,30}	R\$ 440 ^{,20}	R\$ 1.100^{,50}
113	Display de Mesa	R\$ 1.002 ^{,90}	R\$ 668 ^{,00}	R\$ 1.670^{,00}
114	Display até 50 cm	R\$ 871 ^{,20}	R\$ 580 ^{,80}	R\$ 1.452^{,00}
115	Display acima de 50 cm	R\$ 1.221 ^{,30}	R\$ 814 ^{,20}	R\$ 2.035^{,50}
116	Take One para folheteria	R\$ 2.180 ^{,10}	R\$ 1.453 ^{,40}	R\$ 3.633^{,50}
117	Etiqueta	R\$ 2.152 ^{,20}	R\$ 1.434 ^{,80}	R\$ 3.587^{,00}
118	Faixa até 2 m de comprimento	R\$ 971 ^{,40}	R\$ 647 ^{,60}	R\$ 1.619^{,00}
119	Faixa acima de 2 m de comprimento	R\$ 1.281 ^{,00}	R\$ 854 ^{,00}	R\$ 2.135^{,00}



MÍDIA EXTERIOR

		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
120	Placa/Painel (simples, backlights & frontlights) - até 1m de comp.	R\$ 724 ^{,20}	R\$ 482 ^{,80}	R\$ 1.207^{,00}
121	Placa/Painel (simples, backlights & frontlights) - até 2m de comp.	R\$ 1.305 ^{,60}	R\$ 870 ^{,40}	R\$ 2.176^{,00}
122	Placa/Painel (simples, backlights & frontlights) - até 4m de comp.	R\$ 2.347 ^{,20}	R\$ 1.564 ^{,80}	R\$ 3.912^{,00}



MÍDIA EXTERIOR

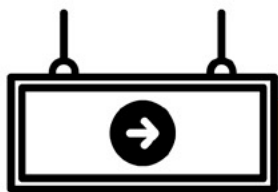
Continuação

		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
122	Placa/Painel (simples, backlights & frontlights) - de 4m à 9m de comp.	R\$ 4.226 ^{,40}	R\$ 2.817 ^{,60}	R\$ 7.044^{,00}
123	Placa/Painel (simples, backlights & frontlights) - acima de 9m de comp.	R\$ 5.070 ^{,60}	R\$ 3.380 ^{,40}	R\$ 8.451^{,00}
124	Placa de obra	R\$ 899 ^{,40}	R\$ 599 ^{,60}	R\$ 1.499^{,00}
125	Parada de ônibus	R\$ 1.915 ^{,80}	R\$ 1.277 ^{,20}	R\$ 3.193^{,00}
126	Outdoor simples	R\$ 2.453 ^{,40}	R\$ 1.635 ^{,60}	R\$ 4.089^{,00}
127	Outdoor duplo	R\$ 3.489 ^{,60}	R\$ 2.326 ^{,40}	R\$ 5.816^{,00}
128	Outdoor Projeto Especial	R\$ 4.887 ^{,60}	R\$ 3.258 ^{,40}	R\$ 8.146^{,00}
129	Busdoor/Taxidoor	R\$ 1.668 ^{,00}	R\$ 1.112 ^{,00}	R\$ 2.780^{,00}
130	Backbus ou lateral de ônibus	R\$ 2.367 ^{,30}	R\$ 1.578 ^{,20}	R\$ 3.945^{,50}
131	Empena - Até 2m	R\$ 3.163 ^{,80}	R\$ 2.109 ^{,20}	R\$ 5.273^{,00}
132	Empena - Até 4m	R\$ 5.272 ^{,20}	R\$ 3.514 ^{,80}	R\$ 8.787^{,00}
133	Empena - Maior que 4 metros	R\$ 6.327 ^{,60}	R\$ 4.218 ^{,40}	R\$ 10.546^{,00}
134	Envelopamento de prédio/edifício	R\$ 20.241 ^{,90}	R\$ 13.494 ^{,60}	R\$ 33.736^{,50}
135	Faixa/empena para avião, helicóptero ou drone	R\$ 1.964 ^{,70}	R\$ 1.309 ^{,80}	R\$ 3.274^{,50}
136	Cartaz Lambe-lambe	R\$ 680 ^{,40}	R\$ 453 ^{,60}	R\$ 1.134^{,00}
137	Muro/Tapume	R\$ 635 ^{,40}	R\$ 423 ^{,60}	R\$ 1.059^{,00}
138	Placa de LED - Layout simples, sem animação	R\$ 1.751 ^{,40}	R\$ 1.167 ^{,60}	R\$ 2.919^{,00}
139	Placa de LED - Com animação	R\$ 3.471 ^{,60}	R\$ 2.314 ^{,40}	R\$ 5.786^{,00}
140	Sinal. de mobiliário urbana (relógio, placa de rua, placa de esquina)	R\$ 3.094 ^{,80}	R\$ 2.063 ^{,20}	R\$ 5.158^{,00}
141	Sinalização de projeto imobiliário	R\$ 16.110 ^{,00}	R\$ 10.740 ^{,00}	R\$ 28.115^{,00}



MÍDIA INTERIOR

		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
142	Placa/Painel - até 50cm de comprimento	R\$ 191 ^{,70}	R\$ 127 ^{,80}	R\$ 319^{,50}
143	Placa/Painel - de 50cm a 1m de comprimento	R\$ 345 ^{,60}	R\$ 230 ^{,40}	R\$ 576^{,00}



Continuação

MÍDIA INTERIOR

		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
144	Placa/Painel - acima de 1m de comprimento	R\$ 622, ²⁰	R\$ 414, ⁸⁰	R\$ 1.037,⁰⁰
145	Sinalização de ambiente interno	R\$ 7.722, ⁶⁰	R\$ 5.148, ⁴⁰	R\$ 12.871,⁰⁰
146	Jogo americano	R\$ 2.234, ⁷⁰	R\$ 1.489, ⁸⁰	R\$ 3.724,⁵⁰

**PAPELARIA**

		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
147	Bloco de anotações - layout de capa	R\$ 451, ⁸⁰	R\$ 301, ²⁰	R\$ 753,⁰⁰
148	Bloco de anotações/Post It - layout de página (por peça)	R\$ 932, ⁴⁰	R\$ 621, ⁶⁰	R\$ 1.554,⁰⁰
149	Cartão de visitas - Frente	R\$ 759, ⁰⁰	R\$ 506, ⁰⁰	R\$ 1.265,⁰⁰
150	Cartão de visitas - Frente e verso	R\$ 1.053, ⁶⁰	R\$ 702, ⁴⁰	R\$ 1.756,⁰⁰
151	Cartão de visitas - Projeto especial	R\$ 1.545, ³⁰	R\$ 1.030, ²⁰	R\$ 2.575,⁵⁰
152	Envelope Carta	R\$ 775, ²⁰	R\$ 516, ⁸⁰	R\$ 1.292,⁰⁰
153	Envelope Saco/Ofício	R\$ 930, ⁰⁰	R\$ 620, ⁰⁰	R\$ 1.550,⁰⁰
154	Envelope - Projeto Especial	R\$ 1.209, ⁶⁰	R\$ 806, ⁴⁰	R\$ 2.016,⁰⁰
155	Papel Timbrado/Carta	R\$ 500, ⁷⁰	R\$ 333, ⁸⁰	R\$ 834,⁵⁰
156	Papel de embrulho - padronagem	R\$ 392, ¹⁰	R\$ 261, ⁴⁰	R\$ 653,⁵⁰
157	Pasta sem layout interno, com bolso	R\$ 1.288, ⁸⁰	R\$ 859, ²⁰	R\$ 2.148,⁰⁰
158	Pasta com layout interno, com bolso	R\$ 2.058, ⁹⁰	R\$ 1.372, ⁶⁰	R\$ 3.431,⁵⁰
159	Pasta sem layout interno, com grampo	R\$ 1.167, ⁰⁰	R\$ 778, ⁰⁰	R\$ 1.945,⁰⁰
160	Pasta com layout interno, com grampo	R\$ 1.854, ⁰⁰	R\$ 1.236, ⁰⁰	R\$ 3.090,⁰⁰

**CUSTOS INTERNOS DE COMPUTAÇÃO GRÁFICA**

Os valores abaixo serão acrescidos aos custos das peças criadas e finalização

		TOTAL
161	Envio ou recebimento de e-mail (por cm ²)	R\$ 30,⁵⁰
162	Backup de arquivos (por CD 700mb)	R\$ 382,⁰⁰



Continuação

CUSTOS INTERNOS DE COMPUTAÇÃO GRÁFICA

Os valores abaixo serão acrescidos aos custos das peças criadas e finalização

	TOTAL
163 Backup de arquivos (por DVD 4.7 Gb)	R\$ 165,50
164 Retoque de imagem (por imagem)	R\$ 186,50
165 Recorte de imagem	R\$ 105,00
166 Fusão de imagens	R\$ 317,00
167 Correção ou alteração de cores	R\$ 200,00
168 Conversões de imagens para internet, jpg, tga, doc, etc (por conversão até tamanho A4)	R\$ 33,50
169 Criação digital de textura	R\$ 115,00
170 Fechamento de arquivo (por cm ²)	R\$ 0,45
171 Fotografia digital simples de produto (sem produção e /ou modelo)	R\$ 365,50
172 Gravação de CD/DVD até 2.3 Gb	R\$ 48,00
173 Gravação de CD/DVD acima de 2.4 Gb até 4.7 Gb	R\$ 82,00
174 Print papel A4	R\$ 28,50
175 Print papel A3	R\$ 33,50
176 Scanner de imagem (por tamanho A4)	R\$ 65,00
177 Tratamento de imagem (por hora profissional)	R\$ 255,50
178 Vetorização de logotipos	R\$ 395,00



FECHAMENTO DE ARQUIVO, GRAVAÇÃO DE DVD OU CD E/OU TRANSMISSÃO VIA REDE

	TOTAL
179 Anúncio de revista 1/2 de página	R\$ 306,50
180 Anúncio de revista até 1 página	R\$ 395,00
181 Anúncio de revista até página dupla	R\$ 783,50
182 Anúncio de Jornal até 1/4 de página (80 cm/col)	R\$ 216,00

Sinapro
PARAÍBA

Assinado por 1 pessoa: FÁBIO RAMALHO DA SILVA
Para verificar a validade das assinaturas, acesse <https://campinagrande.1doc.com.br/verificacao/13DC-84CB-1DFA-EAD1> e informe o código 13DC-84CB-1DFA-EAD1



Continuação

FECHAMENTO DE ARQUIVO, GRAVAÇÃO DE DVD OU CD E/OU TRANSMISSÃO VIA REDE

	TOTAL
183 Anúncio de jornal até 1/2 de página(160 cm/col)	R\$ 300 ^{,50}
184 Anúncio de jornal até 1 página	R\$ 417 ^{,00}
185 Anúncio de jornal até página dupla	R\$ 584 ^{,00}
186 Peças gráficas até 1 Gb	R\$ 393 ^{,00}
187 Peças gráficas acima de 1 Gb (por Gb excedente)	R\$ 293 ^{,00}



PLANEJAMENTO

	TOTAL
188 Ação promocional / Campanhas de incentivo e/ou relacionamento	R\$ 29.116 ^{,00}
189 Comunicação institucional	R\$ 36.298 ^{,00}
190 Evento/Convenção/Simpósio	R\$ 45.668 ^{,00}
191 Campanha Eleitoral - Senador	R\$ 344.143 ^{,00}
192 Campanha Eleitoral - Dep. Federal	R\$ 114.713 ^{,00}
193 Campanha Eleitoral - Dep. Estadual	R\$ 55.075 ^{,50}
194 Campanha Eleitoral - Vereador (interior)	R\$ 11.479 ^{,50}
195 Campanha Eleitoral - Vereador (capital)	R\$ 22.939 ^{,00}
196 Campanha Eleitoral - Prefeito (interior)	R\$ 160.592 ^{,00}
197 Campanha Eleitoral - Prefeito (capital)	R\$ 340.882 ^{,00}
198 Campanha Eleitoral - Governador	R\$ 1.022.644 ^{,00}



CRIAÇÃO DE CAMPANHA

	TOTAL
199 Tema ou conceito de campanha institucional ou terceiro setor	R\$ 26.945 ^{,00}
200 Tema ou conceito de campanha de varejo/produto	R\$ 19.480 ^{,50}
201 Tema ou conceito de campanha promocional (Eventos/Festas)	R\$ 23.208 ^{,00}



ROTEIRIZAÇÃO AUDIOVISUAL E MATERIAIS COMPLEMENTARES

		criação	finalização	total
202	Assinaturas/Vinhetas Eletrônicas - Até 7"	R\$ 1.955, ¹⁰	R\$ 1.303, ⁴⁰	R\$ 3.258, ⁵⁰
203	Documentário - De 3 a 5 minutos	R\$ 9.010, ⁵⁰	R\$ 6.007, ⁰⁰	R\$ 15.017, ⁵⁰
204	Documentário - De 5 a 15 minutos	R\$ 15.637, ⁵⁰	R\$ 10.425, ⁰⁰	R\$ 26.062, ⁵⁰
205	Curta-metragem	R\$ 24.330, ⁰⁰	R\$ 16.220, ⁰⁰	R\$ 40.550, ⁰⁰
206	Áudio ou Spot para rádio 30"	R\$ 1.912, ⁵⁰	R\$ 1.275, ⁰⁰	R\$ 3.187, ⁵⁰
207	Áudio ou Spot para rádio 60"	R\$ 3.758, ⁴⁰	R\$ 2.505, ⁶⁰	R\$ 6.264, ⁰⁰
208	Áudio ou Spot para carro de som	R\$ 5.261, ¹⁰	R\$ 3.507, ⁴⁰	R\$ 8.768, ⁵⁰
209	Jingle 30"	R\$ 2.412, ⁶⁰	R\$ 1.608, ⁴⁰	R\$ 4.021, ⁰⁰
210	Jingle 60"	R\$ 2.775, ⁰⁰	R\$ 1.850, ⁰⁰	R\$ 4.625, ⁰⁰
211	Jingle de 60" com adaptação para 30"	R\$ 3.122, ⁴⁰	R\$ 2.081, ⁶⁰	R\$ 5.204, ⁰⁰
212	Merchandising ou Product Placement - até 30"	R\$ 1.993, ⁵⁰	R\$ 1.329, ⁰⁰	R\$ 3.322, ⁵⁰
213	Merchandising ou Product Placement - até 60"	R\$ 3.325, ⁵⁰	R\$ 2.217, ⁰⁰	R\$ 5.542, ⁵⁰
214	Merchandising ou Product Placement - maior que 60"	R\$ 6.603, ⁶⁰	R\$ 4.402, ⁴⁰	R\$ 11.006, ⁰⁰
	PODCASTS			
215	1.1 Podcasts Baixa Complexidade	R\$ 1.170, ⁰⁰	R\$ 780, ⁰⁰	R\$ 1.950, ⁰⁰
216	1.2 Podcasts Média Complexidade	R\$ 2.405, ⁴⁰	R\$ 1.603, ⁶⁰	R\$ 4.009, ⁰⁰
217	1.3 Podcasts Alta Complexidade	R\$ 3.681, ⁰⁰	R\$ 2.454, ⁰⁰	R\$ 6.135, ⁰⁰
218	Filme para TV/Internet - 15"	R\$ 2.658, ⁹⁰	R\$ 1.772, ⁶⁰	R\$ 4.431, ⁵⁰
219	Filme para TV/Internet - 30"	R\$ 4.432, ²⁰	R\$ 2.954, ⁸⁰	R\$ 7.387, ⁰⁰
220	Filme para TV/Internet - 60"	R\$ 8.038, ⁸⁰	R\$ 5.359, ²⁰	R\$ 13.398, ⁰⁰
221	Filme para TV/Internet - Maior que 60"	R\$ 12.328, ⁵⁰	R\$ 8.219, ⁰⁰	R\$ 20.547, ⁵⁰
222	Storyboard - por quadro	R\$ 411, ⁰⁰	R\$ 274, ⁰⁰	R\$ 685, ⁰⁰



Continuação

ROTEIRIZAÇÃO AUDIOVISUAL E MATERIAIS COMPLEMENTARES

		criação	finalização	total
	VÍDEO ANIMAÇÃO (motion ou cartelado)			
223	1.1 Baixa Complexidade	R\$ 4.068,00	R\$ 2.712,00	R\$ 7.427,00
224	1.2 Média Complexidade	R\$ 6.834,00	R\$ 4.556,00	R\$ 11.390,00
225	1.3 Alta Complexidade	R\$ 11.124,00	R\$ 7.416,00	R\$ 20.310,50
226	Layout para animação de filme para TV/Internet - 15"	R\$2.087,40	R\$1.391,60	R\$3.479,00
227	Layout para animação de filme para TV/Internet - 30"	R\$3.807,30	R\$2.538,20	R\$6.345,50
228	Layout para animação de filme para TV/Internet - 60"	R\$5.056,80	R\$3.371,20	R\$8.428,00
229	Layout para animação de filme para TV/Internet - Maior que 60"	R\$7.061,70	R\$4.707,80	R\$11.769,50
230	MONITORAMENTO DE RÁDIO / TELEVISÃO			
231	Monitoramento Rádio - REALTIME	R\$ 3.253, ⁵⁰	/mês	Custo por cada veículo
232	Monitoramento Rádio - DEGRAVADO	R\$ 2.673, ⁵⁰	/mês	Custo por cada veículo
233	Monitoramento TV - REALTIME	R\$ 4.053, ⁵⁰	/mês	Custo por cada veículo
234	Monitoramento TV - DEGRAVADO	R\$ 3.484, ⁰⁰	/mês	Custo por cada veículo
235	Envio de boletins eletrônicos "VIA WHATSAPP" (Opcional)	R\$ 9.169, ⁵⁰	/mês	Realtime

Assinado por 1 pessoa: FÁBIO RAMALHO DA SILVA
Para verificar a validade das assinaturas, acesse <https://campinagrande.1doc.com.br/verificacao/13DC-84CB-1DFA-EAD1> e informe o código 13DC-84CB-1DFA-EAD1



SERVIÇOS DE WEB (VALORES AVULSOS)

		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
236	Anuncio institucional para Rede Social	R\$ 1.279,80	R\$ 853,20	R\$ 2.133,00
237	Anuncio Promocional/Varejo para Rede Social	R\$ 1.610,40	R\$ 1.073,60	R\$ 2.684,00
238	Super banner ou Full Banner estático	R\$ 1.390,80	R\$ 927,20	R\$ 2.318,00
239	Super banner ou Full Banner flash/shockwave ou Gif animado	R\$ 1.978,20	R\$ 1.318,80	R\$ 3.297,00
240	Super banner ou Full Banner Expansível	R\$ 1.669,20	R\$ 1.112,80	R\$ 2.782,00
241	Super banner ou Full Banner Expansível em flash	R\$ 2.307,00	R\$ 1.538,00	R\$ 3.845,00
242	Half Banners Reduzir 40% do Full Banner			
243	Skyscraper (Lateral completa) estático	R\$ 1.301,10	R\$ 867,40	R\$ 2.168,50
244	Skyscraper (Lateral completa) em flash	R\$ 1.817,10	R\$ 1.211,40	R\$ 3.028,50
245	Half Skyscraper Reduzir 40% do Full Banner			
246	Pop Up Estático	R\$ 1.197,00	R\$ 798,00	R\$ 1.995,00
247	Pop Up Animado (DHTML ou Flash)	R\$ 1.806,00	R\$ 1.319,00	R\$ 3.297,50
248	Carrossel para Feed ou Stories de Redes Sociais Estático *p/ tela ou card	R\$ 1.143,00	R\$ 762,00	R\$ 2.433,50
249	Carrossel para Feed ou Stories de Redes Sociais Animado *p/ tela ou card	R\$ 1.626,60	R\$ 1.084,40	R\$ 3.463,00
250	Anúncio, Floater ou demais formatos em DHTML	R\$ 1.361,40	R\$ 907,60	R\$ 2.269,00
251	Bottom Estático	R\$ 786,00	R\$ 524,00	R\$ 1.310,00
252	Bottom Animado (Flash ou Gif animado)	R\$ 1.044,30	R\$ 696,20	R\$ 1.740,50
253	Qualquer formato com rich media	R\$ 4.467,60	R\$ 2.978,40	R\$ 7.446,00
254	ADAPTAÇÃO DE REPLICAÇÃO PARA OUTROS FORMATOS (CITADOS ACIMA)	50% do valor da peça original		
	MARTECH			
255	Implantação de Plataforma de Marketing Automation	R\$ 8.764,00		
256	Implantação de Data Management Platform (DMP)	R\$ 16.432,00		
257	Implantação de Ferramenta de BI	R\$ 10.955,00		
258	Implantação de Plataforma de Web Analytics	R\$ 4.930,00		



Continuação

SERVIÇOS DE WEB (VALORES AVULSOS)

		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
259	Construção e Modelagem de Banco de Dados	R\$ 10.955,00		
260	Gestão de Plataforma de Marketing Automation	R\$ 10.133,00		
261	Gestão de Banco de Dados de Clientes e Prospects	R\$ 7.942,50		
	BUSINESS INTELLIGENCE E BUSINESS ANALYTICS			
262	Análise de Campanhas	R\$ 4.655,50		
263	Análise Descritiva	R\$ 5.477,50		
264	Desenvolvimento de Modelos Preditivos	R\$ 14.515,00		
265	Estudos de Públicos/Netnografia	R\$ 19.171,00		
266	Análises Léxicas	R\$ 15.950,50		

Produziu e comprou qualquer formato; cobra-se a adaptação para outros formatos 50% do valor da peça original

**EMAIL MARKETING E/OU NEWSLETTER DIGITAL****promover produto/serviço/marca/evento etc. (Promocional)**

		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
267	Criação da peça (texto e arte) - peça estática	R\$ 1.282 ^{,80}	R\$ 855 ^{,20}	R\$ 2.138^{,00}
268	Criação da peça (texto e arte) - Peça em HTML Produção do layout com conteúdo produzido a partir de um briefing detalhado do cliente	R\$ 2.309 ^{,40}	R\$ 1.539 ^{,60}	R\$ 3.849^{,00}
269	SOMENTE PRODUÇÃO DO HTML Diagramação e implementação da peça em uma página HTML com links códigos para mensuração (com arte enviada pelo cliente)			R\$ 1.605^{,00}
270	DISPARO (CONTRATAÇÃO DE FERRAMENTA APENAS PARA DISPARO) Envio de peça finalizada para uma base de e-mails fornecidos pelo cliente			R\$ 41^{,90} (1.000 e-mails mensais)
271	GESTÃO Importação, higienização e segmentação de base, importação do HTML, programação do disparo, acompanhamento de resultados e análise de relatórios. (Por disparo)			R\$ 828^{,50}



Continuação

EMAIL MARKETING E/OU NEWSLETTER DIGITAL

promover produto/serviço/marca/evento etc. (Promocional)

	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
272	PRODUÇÃO EDITORIAL Conteúdo produzido a partir de briefing detalhado do cliente em linguagem específica para a web (webwriting). Ex.: produção de cinco textos de aproximadamente 1.200 toques cada, com entrevistas por telefone.		R\$ 4.912,00
273	MENSURAÇÃO Importação, higienização e segmentação de base; importação do HTML, programação do disparo, acompanhamento de resultados e análise de relatórios. (valor por disparo)		R\$ 825,00
274	WEBSITE ESTRUTURA BÁSICA SUGERIDA • Área Institucional - Área estática: quem somos, o que fazemos, onde estamos etc. • Área de Contato - E-mail, telefone, formulário etc. • Área Core - Gerenciamento de conteúdo para cadastro de serviços/produtos e cases de clientes • Área Informativa - Área dinâmica com notícias, eventos, calendário etc. VALOR SUGERIDO DEVERÁ INCLUIR Planejamento, arquitetura, criação, implementação e conteúdo institucional enviado pelo cliente. Orçamento para a produção do conteúdo deverá ser solicitado à parte para a agência contratada. CONSIDERAR BOAS PRÁTICAS - PSEO, TAGs, CMS (caso haja uma área de atualização constante) e acessibilidade. REPLICAR PARA OUTROS IDIOMAS - cliente deverá enviar os textos traduzidos e finalizados Obs.: ferramentas interativas (enquetes, fórum, área restrita etc) devem ser cotadas a parte.		R\$ 33.703,00
275	HOTSITE • ESTRUTURA BÁSICA SUGERIDA - tecnicamente idêntico ao site, o hot site recebe esta denominação por ter um período de vida definido (prazo para sair do ar). É utilizado para divulgar e/ou promover produtos, serviços, lançamentos, eventos etc. Pode ter - ou não - algum tipo de interação com o usuário final, por exemplo, inserção de imagens, upload de vídeos, enquetes, cadastro de usuários, personalização de produto, games etc. VALOR SUGERIDO DEVERÁ INCLUIR (INDEPENDENTEMENTE DO FORMATO) Planejamento, arquitetura, criação e implementação, com conteúdo enviado pelo cliente. O orçamento para a produção do conteúdo deverá ser solicitado à parte para a agência contratada CONSIDERAR BOAS PRÁTICAS - SEO e TAGs. Obs.: ferramentas interativas (enquetes, fórum, área restrita etc) devem ser cotadas à parte.		R\$ 26.454,00

Assinado por 1 pessoa: FÁBIO RAMALHO DA SILVA
 Para verificar a validade das assinaturas, acesse <https://campinagrande.1doc.com.br/verificacao/13DC-84CB-1DFA-EAD1> e informe o código 13DC-84CB-1DFA-EAD1

Sinapro
 PARAIBA



Continuação

EMAIL MARKETING E/OU NEWSLETTER DIGITAL

promover produto/serviço/marca/evento etc. (Promocional)

	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
276	LANDING PAGE É a página de destino criada exclusivamente para que o usuário encontre informações sobre uma ação determinada com mais facilidade. É muito utilizada como resultado de uma busca (orgânica ou link patrocinado) e como página de destino originada em peças ou campanhas (banner, e-mail marketing, hot site etc.) LAYOUT, TEXTO E PRODUÇÃO DO HTML		R\$ 7.042,00
277	MÍDIA ONLINE Todo e qualquer serviço que envolva a veiculação publicitária nos meios digitais PLANEJAMENTO DE MÍDIA Definição dos melhores meios e formatos para atingir os objetivos estabelecidos CRIAÇÃO DE CAMPANHAS Criação do conceito para o meio digital. Adaptação da campanha de outros meios para o meio digital. MENSURAÇÃO DOS RESULTADOS Acompanhamento e análise para quantificação do desempenho da campanha nos respectivos meios, utilizando métricas e padrões de mercado (page view, tempo de navegação, taxa de clique, conversões etc.). Esta avaliação pode ser feita uma única vez para cada campanha, ou não, dependendo do período de veiculação planejado para a campanha.		Remuneração percentual de 20% (formato padrão) sobre o valor investido na compra de mídia



REDES SOCIAIS

serviços de análise e planejamento

	TOTAL
278	ANÁLISE DE PRESENÇA (DIAGNÓSTICO) Onde e como sua empresa e concorrentes estão posicionados nas redes sociais. Quais os atributos da sua marca segundo blogs, microblogs, comunidades e grupos de discussão. Quais os principais interesses do seu público alvo nas redes sociais. Quais são as oportunidades de diálogo para que sua empresa amplie a presença ou se reposicione no mercado.
279	PLANEJAMENTO Canais, tipos de conteúdo, dinâmicas de relacionamento e ações criativas.
280	PERSONALIZAÇÃO DOS CANAIS (Avatar, capa, padrão de postagens) Wireframe (com programação)

R\$ 11.653,00

R\$ 13.939,00

R\$ 8.428,00



Continuação

REDES SOCIAIS

serviços de análise e planejamento

	TOTAL
281 PERSONALIZAÇÃO DOS CANAIS (Avatar, capa, padrão de postagens) Layout (sem programação)	R\$ 3.330,00
282 DESENVOLVIMENTO Algumas ferramentas permitem personalização em três níveis. Em um Blog, Tumblr ou rede Ning, é possível reposicionar os elementos (wireframe), personalizar o visual (layout) e criar objetos personalizados, como widgets, games e mashups (desenvolvimento). Outras ferramentas, como Twitter, Formspring e Youtube, permitem apenas personalizar o layout.	Sob consulta
283 CURADORIA DE CONTEÚDO Selecionar o conteúdo para publicação em outros canais, como Blog, Twitter e Tumblr. Varia em função de volume (quantidade de conteúdo publicado) e expertise do analista.	R\$ 3.181,00



REDES SOCIAIS

contratos contínuos

	TOTAL
284 PRODUÇÃO DE CONTEÚDO NÃO-ESPECIALIZADO Fotos e postagens estáticas.	R\$ 10.152,00
285 PRODUÇÃO DE CONTEÚDO NÃO-ESPECIALIZADO (Postagem avulsa) Fotos e postagens estáticas.	R\$ 638,00
286 PRODUÇÃO DE CONTEÚDO NÃO-ESPECIALIZADO Postagens animadas ou audiovisuais.	R\$ 13.200,00
287 PRODUÇÃO DE CONTEÚDO NÃO-ESPECIALIZADO (Postagem avulsa) Postagens animadas ou audiovisuais.	R\$ 929,00
288 PRODUÇÃO DE CONTEÚDO ESPECIALIZADO	Sob consulta



Continuação

REDES SOCIAIS

contratos contínuos

		TOTAL
289	PRODUÇÃO DE CONTEÚDO MULTIMÍDIA Vídeos para YouTube, fotos, podcast, etc.	Sob consulta (por volume e qualidade de produção)
290	STICKERS E GIFS ANIMADOS Para apps e redes sociais.	R\$ 4.919,00
291	SEEDING Prática utilizada para divulgar produtos e serviços nas redes sociais em ambientes que estão receptivos ao consumo desta informação.	R\$ 1.087,00
292	GESTÃO DE PRESENÇA • RELACIONAMENTO DOS CANAIS SOCIAIS Responder comentários, mensagens em microblogs e e-mails enviados por esses canais. • ANÁLISE E MÉTRICAS DOS CANAIS Analisar menções da marca, repercussão das ações e gerar relatórios para o cliente. É cotado, principalmente, com base no volume de presença da marca (pequeno, médio e grande).	R\$ 12.838,00

Obs.: Para abordagem institucional, recomendamos um prazo mínimo de seis meses. Já a abordagem promocional está diretamente vinculada ao período da campanha.



LINKS PATROCINADOS

		TOTAL
293	PLANEJAMENTO Análise e definição de canais (Yahoo, Google, Facebook, etc) Tipo de abordagem (promoção, marca, produto). Definição de 1 campanha com 30 palavras-chave em cada estratégia de investimento.	R\$ 3.361,00
294	GESTÃO DE CAMPANHA Acompanhamento e performance das palavras-chave, cliques e resultados, sugerindo ações de ajustes e correções - se necessárias - com geração de relatórios. OBS.: Eventuais produções de peças para a campanha, consultar item de mídia.	R\$ 3.361,00



SEO

		TOTAL
295	PLANEJAMENTO Análise e definição estrutural do site, estratégia de otimização de palavras-chave. É cotado, principalmente, com base na estrutura, no porte e na tecnologia do site.	R\$ 3.362,50
296	GESTÃO Execução do planejamento, ajustes na estrutura e construção de links externos (relacionamento na web); acompanhamento de resultados e métricas.	R\$ 1.685,00



ADVERGAMES

Utilização de jogo para promover uma marca, produto ou serviço

		TOTAL
297	PLANEJAMENTO Criação de game design document, descrevendo jogabilidade, plataformas, interação com a marca.	R\$ 16.804,00
298	GESTÃO ONLINE STANDARD Jogos pré-prontos que são apenas customizados para a marca ou produto (não necessita de planejamento).	R\$ 13.453,00
299	MOBILE Jogos feitos para plataformas mobile, em que o valor do desenvolvimento depende da quantidade de adaptações para marcas/modelos de aparelhos.	R\$ 40.813,00
300	GAME ONLINE REGIONAL Jogos feitos sob demanda para uma marca ou produto, contendo jogabilidade exclusiva para determinadas ações.	R\$ 49.358,00
301	SOCIAL GAME (JOGOS PARA REDES SOCIAIS) Jogos feitos sob demanda para uma marca ou produto que contam com recursos e funcionalidades de socialização.	R\$ 49.009,00
302	PLANEJAMENTO DE ADVERTISING IN GAME Planejamento para compra de mídia ou ações especiais dentro de um jogo já desenvolvido e estabelecido no mercado.	R\$ 8.339,00

Obs: A composição de preços depende da plataforma e da tecnologia definidas.



PROFISSIONAL

TOTAL

303	PRESIDENTE	R\$ 615,00
304	VICE-PRESIDENTE	R\$ 566,50
305	DIRETOR DE CONTAS	R\$ 485,00
306	DIRETOR DE ATENDIMENTO	R\$ 405,00
307	ATENDIMENTO	R\$ 292,00
308	DIRETOR DE ARTE	R\$ 246,00
309	REDATOR	R\$ 246,00
310	PLANEJAMENTO	R\$ 547,00
311	PRODUTOR GRÁFICO	R\$ 212,00
312	MÍDIA	R\$ 222,00
313	WEBDESIGNER	R\$ 263,00
314	DESENVOLVERDO/PROGRAMADOR	R\$ 263,00

NOTA: O conteúdo deste material foi elaborado, em sua maior parte, pelo SINAPRO/PB com base em material SINAPRO/PI e demais entidades em um trabalho de pesquisa, consultando agências filiadas e outros Sindicatos, como: Ceará, Rio Grande do Norte, Maranhão, Pernambuco, Belém, Goiânia, São Paulo, Rio de Janeiro, Distrito Federal e Espírito Santo, além dos Valores de Investimentos das diversas associações relacionadas à área de Indústria da Comunicação.

Valores reajustados pelo índice IPCA/IBGE 2024 - 4,71%





**ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE
GABINETE DO PREFEITO**

**ANEXO VII: MANUAL DE MARCA DA PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA
GRANDE**

PREFEITURA DE CAMPINA GRANDE

Manual de Identidade Visual da Prefeitura de Campina Grande

VERSÃO 02 • MAIO 2024

INTRODUÇÃO

Trabalhando no rumo certo



Manual de Identidade Visual
da Prefeitura de Campina Grande · Maio 2024

O presente Manual de Identidade Visual visa promover uma utilização correta e consistente da identidade da Prefeitura de Campina Grande, por meio de instruções concisas e diretas. É importante seguir as orientações deste manual, para que haja uma padronização de todos os materiais produzidos para a prefeitura. Qualquer situação que aqui não esteja prevista deverá ser rejeitada. Em caso de dúvida, deverá ser contatada a Assessoria Especial da Prefeitura.



LOGOTIPO

O Logotipo

As Variações do Logotipo

Positivo e Negativo

Cores

Aplicação sobre fundos

Tipografia

Redução

Manual de Identidade Visual

da Prefeitura de Campina Grande · Maio 2024

**Trabalhando
no rumo certo**

PREFEITURA
**CAMPINA
GRANDE**



**APLICAÇÃO
HORIZONTAL**

Brasão Positivo

Manual de Identidade Visual

da Prefeitura de Campina Grande · Maio 2024

**Trabalhando
no rumo certo**

PREFEITURA
**CAMPINA
GRANDE**



**APLICAÇÃO
VERTICAL**

Brasão Positivo

Manual de Identidade Visual

da Prefeitura de Campina Grande · Maio 2024

**Trabalhando
no rumo certo**



**Trabalhando
no rumo certo**



**APLICAÇÃO
VERTICAL &
HORIZONTAL**

Brasão Fundo Escuro

Manual de Identidade Visual

da Prefeitura de Campina Grande · Maio 2024

**Trabalhando
no rumo certo**



**Trabalhando
no rumo certo**



**APLICAÇÃO
VERTICAL &
HORIZONTAL**

Brasão Fundo Claro

Manual de Identidade Visual

da Prefeitura de Campina Grande · Maio 2024

**Trabalhando
no rumo certo**

PREFEITURA
**CAMPINA
GRANDE**



**Trabalhando
no rumo certo**

PREFEITURA
**CAMPINA
GRANDE**



**APLICAÇÃO
VERTICAL &
HORIZONTAL**

P&B negativo

Manual de Identidade Visual

da Prefeitura de Campina Grande · Maio 2024

**Trabalhando
no rumo certo**

PREFEITURA
**CAMPINA
GRANDE**



**Trabalhando
no rumo certo**

PREFEITURA
**CAMPINA
GRANDE**



**APLICAÇÃO
VERTICAL &
HORIZONTAL**

P&B positivo

PALETA CROMÁTICA

C 90%
M 40%
Y 70%
K 40%

C 100%
M 30%
Y 90%
K 10%

C 40%
Y 100%

M 20%
Y 95%

C 5%
Y 60%

C 75%
M 65%
Y 65%
K 80%

**APLICAÇÃO
SOBRE FUNDOS**

**Trabalhando
no rumo certo**

PREFEITURA
**CAMPINA
GRANDE**



**Trabalhando
no rumo certo**

PREFEITURA
**CAMPINA
GRANDE**



**Trabalhando
no rumo certo**

PREFEITURA
**CAMPINA
GRANDE**



**Trabalhando
no rumo certo**

PREFEITURA
**CAMPINA
GRANDE**



**Trabalhando
no rumo certo**

PREFEITURA
**CAMPINA
GRANDE**



**Trabalhando
no rumo certo**

PREFEITURA
**CAMPINA
GRANDE**



**FAMÍLIA
TIPOGRAFICA**

THE NEXT FONT

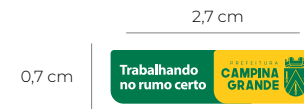
Tipografia para títulos e chamadas

Charlevoix pro
DRUK TEXT MEDIO
Object Sans Heavy

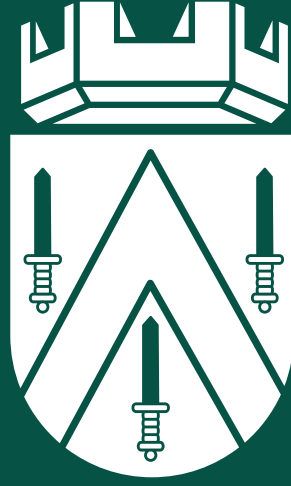
Tipografias de apoio

Manual de Identidade Visual
da Prefeitura de Campina Grande · Maio 2024

REDUÇÃO MÁXIMA



A menor dimensão com a qual o logotipo deve se apresentar é 0,75 cm de altura e 2,7 cm de largura. Respeitando esses limites, serão garantidas visibilidade e leitura.





VERIFICAÇÃO DAS ASSINATURAS



Código para verificação: 13DC-84CB-1DFA-EAD1

Este documento foi assinado digitalmente pelos seguintes signatários nas datas indicadas:



FÁBIO RAMALHO DA SILVA (CPF 036.XXX.XXX-29) em 22/06/2025 17:58:53 GMT-03:00

Papel: Parte

Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)

Para verificar a validade das assinaturas, acesse a Central de Verificação por meio do link:

<https://campinagrande.1doc.com.br/verificacao/13DC-84CB-1DFA-EAD1>