



GENERAL SAMPAIO
Governo Municipal



TOMADA DE PREÇO
Nº 2021.10.04.01TP

PROCESSO LICITATÓRIO: 2021.10.04.01TP

MODALIDADE: TOMADA DE PREÇO

TIPO DE LICITAÇÃO: TÉCNICA E PREÇO

FORMA: EXECUÇÃO INDIRETA

REGIME DE EXECUÇÃO: EMPREITADA POR PREÇO GLOBAL

OBJETO: CONTRATAÇÃO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, OBEDIENTE A LEI 12.232/10, SENDO COMPREENDIDO COMO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRALMENTE COM A FINALIDADE O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, PARA ATENDIMENTO AS DIVERSAS UNIDADES ADMINISTRATIVAS DO MUNICÍPIO DE GENERAL SAMPAIO-CE.

VALOR: R\$ 260.000,00 (duzentos e sessenta mil reais)

ÓRGÃO: PREFEITURA MUNICIPAL DE GENERAL SAMPAIO

INTERESSADO: SECRETARIA DE GOVERNO E DESENVOLVIMENTO

DATA: 14/12/2021

HORA: 09h00min

LOCAL: AV. JOSÉ SEVERINO FILHO, 257, CENTRO, CE, CEP 62.738-000

TELEFONE: (85) 3357-1088

EMAIL: pmgslicitacao@gmail.com

GLOSSÁRIO

- I. AÇÃO PUBLICITÁRIA:** o conjunto dos serviços executados internamente pela agência contratada e dos serviços por ela intermediados junto a fornecedores e a veículos de divulgação, referente a peça e ou material publicitário, mediante demanda do anunciante, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral;
- II. AGÊNCIA:** a empresa de propaganda especializada na arte e na técnica publicitárias, que, com a colaboração de técnicos e especialistas, estuda, planeja, conceitua, concebe, cria, executa internamente, intermedeia e supervisiona a execução externa e distribui publicidade;
- III. ANUNCIANTE / CONTRATANTE:** o órgão ou a entidade que realize licitação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência e ou que seja signatário de contrato dessa espécie de serviços;
- IV. ATIVIDADES COMPLEMENTARES:** as atividades referentes à execução de serviços especializados prestados por fornecedores, a saber: a) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação e sobre: a) os resultados das campanhas realizadas; b) a produção técnica das peças e projetos publicitários criados; c) a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.
- V. BRIEFING:** o documento elaborado pelo anunciante no qual são registradas, de forma clara, precisa e objetiva, as informações necessárias e suficientes para a elaboração de proposta pela licitante, na licitação;
- VI. CADASTRO DE FORNECEDORES:** o cadastro de pessoas físicas ou jurídicas aptas a fornecer serviços especializados à contratada, relacionados com as atividades complementares referentes à execução do objeto do contrato;
- VII. CAMPANHA:** o conjunto coordenado de peças e ou material de publicidade criados e produzidos para veiculação, exposição e ou distribuição, conforme o caso;
- VIII. CONTRATADA:** a agência ou o consórcio de agências contratado para prestar os serviços de publicidade;
- IX. CONTRATO:** o instrumento firmado entre órgão ou entidade e agência ou consórcio de agências, para a prestação de serviços de publicidade;
- X. CPL:** Comissão Permanente de Licitação responsável pela realização e julgamento do certame licitatório;
- XI. DISTRIBUIÇÃO:** a) O modo, indicado pela licitante, como deve ser feita a veiculação, exposição e ou distribuição das peças e ou material integrante de sua proposta; b) O encaminhamento de peças e ou material, pelo anunciante ou pela contratada, a públicos de interesse; c) A referência genérica feita a procedimentos adotadas pela contratada para que peças ou material cheguem a veículos de divulgação.
- XII. INSTITUIÇÃO:** a Prefeitura Municipal de General Sampaio;
- XIII. MÍDIA:** o conjunto dos meios e dos veículos de divulgação;
- XIV. NÃO MÍDIA:** os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de comunicação para a transmissão de mensagens publicitárias;
- XV. PEÇA E MATERIAL PUBLICITÁRIO:** os elementos isolados de comunicação publicitária ou integrantes de uma campanha;

XVI. SERVIÇOS DE PUBLICIDADE: o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

XVII. SUBCOMISSÃO TÉCNICA: a subcomissão especialmente selecionada pelo anunciante, mediante sorteio, com a função de analisar e julgar as propostas técnicas apresentadas na licitação;

XVIII. TOMADA DE PREÇO: é a modalidade de licitação entre interessados devidamente cadastrados ou que atenderem a todas as condições exigidas para cadastramento até o terceiro dia anterior à data do recebimento das propostas, observada a necessária qualificação, com ampla publicidade pelo órgão oficial e pela imprensa particular;

XIX. VEICULAÇÃO: a transmissão de mensagens publicitárias por veículo de divulgação.

EDITAL DE LICITAÇÃO

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1 A PREFEITURA MUNICIPAL DE GENERAL SAMPAIO, Estado do Ceará, por intermédio da COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO, nomeada, torna público para conhecimento dos(as) interessados(as) que realizará licitação na modalidade **TOMADA DE PREÇO**, do tipo técnica e preço, sob a forma de execução indireta, em regime de empreitada por preço global, visando a contratação de uma agência de propaganda para atendimento do objeto deste edital, de interesse da Secretaria de Governo e Desenvolvimento.

2. DA BASE LEGAL, NORMAS E ESPECIFICAÇÕES

2.1 A presente Tomada de Preços reger-se-á de acordo com os termos e condições estabelecidas neste edital, observados os preceitos do §1º do art. 37 da Constituição Federal de 1998, em conformidade com a Lei nº 12.232, de 29/04/2010, e aplicação complementar da Lei nº 8.666, de 21/06/1993; da Lei nº 4.680, de 18/06/1965; da Lei Complementar nº 123, de 14/12/2006; do Decreto nº 57.690, de 01/02/1966; do Decreto nº 4.563, de 31/12/2002; e do Decreto nº 9.412, de 18/06/2018, alterações posteriores, demais legislações cabíveis, e, no que couber, de acordo com as normas do CENP - Conselho Executivo das Normas Padrão.

3. OBJETO

3.1 Constitui objeto da presente licitação a **CONTRATAÇÃO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, OBEDIENTE A LEI 12.232/10, SENDO COMPREENDIDO COMO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRALMENTE COM A FINALIDADE O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, PARA ATENDIMENTO AS DIVERSAS UNIDADES ADMINISTRATIVAS DO MUNICÍPIO DE GENERAL SAMPAIO-CE.**

3.1.1 Integram ainda o objeto, as atividades complementares, como os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada;
- c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.
- d) o acompanhamento e orientação da comunicação institucional, assessoria e gerenciamento permanente de comunicação e marketing da Prefeitura Municipal de General Sampaio suas secretarias interessadas.

3.1.1.1 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 3.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada à inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

3.1.2 É vedado incluir outros serviços não previstos no subitem 3.1.1, em especial as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

3.1.2.1 Não se inclui no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

3.2 Para a prestação dos serviços será contratada **01 (uma) agência de propaganda**, doravante denominada agência, licitante ou contratada, conforme justificativa técnica, nos termos do §3º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010.

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

3.2.2 A agência atuará por ordem e conta da ANUNCIANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 3.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

3.2.3 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 3.

4. DO RECEBIMENTO E ABERTURA DOS INVÓLUCROS E DA SESSÃO INAUGURAL

4.1. A sessão inaugural será realizada na, **14/12/2021**, às **09h00min**, na, AV. José Severino Filho, 257 - Centro - GENERAL SAMPAIO-Ce - CEP: 62.738-000, data, horário e local onde serão recebidos os invólucros com a Proposta Técnica e Proposta de Preços.

4.2 Caso não haja expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente, no mesmo local e horário.

4.3 A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 19, e na legislação pertinente.

4.4 Não serão recebidos invólucros com Propostas e com documentos de Habilitação enviados pelos Correios, por meio de empresa de transporte ou outras especializadas em entregas, fora do horário e do procedimento disposto no subitem 9.5 deste Edital.

4.5 O invólucro de nº 05, contendo os documentos de Habilitação, será recebido e aberto em dia, local e horário a serem designados pela CPL.

4.6 Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário local.

5. RETIRADA DO EDITAL

4.1 O Edital e seus anexos encontram integralmente disponíveis para conhecimento e/ou retirada gratuita na sede da Comissão Permanente de Licitação, localizada na AV. José Severino Filho, 257 - Centro - GENERAL SAMPAIO-Ce - CEP: 62.738-000, de segunda a sexta-feira, em dias úteis, no horário de expediente, de 08h00min. às 12h00min., mediante disponibilização de dispositivo de armazenamento de dados pelo licitante, ou por meio dos endereços eletrônicos de e-mail pmsglicitacao@gmail.com, ou no sítio do Tribunal de Contas do Estado do Ceará (TCE) http://municipios.tce.ce.gov.br/licitacoes_tcm/.

5. DO ACESSO A INFORMAÇÕES

5.1 Sem prejuízo das publicações necessárias, qualquer alteração, modificação ou informação referente ao edital em questão estarão disponíveis no endereço eletrônico http://municipios.tce.ce.gov.br/licitacoes_tcm/ sendo de inteira responsabilidade dos interessados acompanhar eventual publicação de informações prestadas pelo Município sobre esta TOMADA DE PREÇO, inclusive antes da entrega das Propostas, não cabendo aos mesmos alegar desconhecimento.

6. DOS REQUERIMENTOS DE ESCLARECIMENTOS

6.1 Quaisquer esclarecimentos sobre esta TOMADA DE PREÇO serão prestados mediante recebimento de pedidos por escrito, protocolados até 5 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas, na sede da CPL, localizada na AV. José Severino Filho, 257 - Centro - GENERAL SAMPAIO-Ce - CEP: 62.738-000, de segunda a sexta-feira, em dias úteis, no horário de expediente de 08h00min. às 12h00min.

6.1.1 A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar a identificação da sua Proposta perante a Subcomissão Técnica, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Invólucro nº 1).

6.1.2 A CPL dará conhecimento das perguntas e respostas às demais licitantes e ao público em geral, respondendo exclusivamente por meio da divulgação na internet, no endereço eletrônico http://municipios.tce.ce.gov.br/licitacoes_tcm/, sem informar a identidade da licitante consulente.

6.1.3 Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço eletrônico para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre esclarecimentos referentes a este Edital.

7. DAS IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1 Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital.

7.2 O pedido de impugnação, com a indicação das falhas ou irregularidades que supostamente viciem o Edital, deverá ser protocolizado na sede da CPL, localizada na AV. José Severino Filho, 257 - Centro - GENERAL SAMPAIO-Ce - CEP: 62.738-000, de segunda a sexta-feira, em dias úteis, no horário de expediente de 08h00min. às 12h00min.

7.3 Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a CPL, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, caso não haja manifestação do cidadão no prazo estabelecido, antes da data de recebimento da Proposta Técnica e de Proposta de Preços ou a licitante que não se manifestar em até 2 (dois) dias úteis antes da data de recebimento da Proposta Técnica e Proposta de Preços.

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

7.5 Considera-se licitante para efeito do subitem precedente a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital.

7.6 A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item será recebida como mera informação.

7.7 As impugnações serão julgadas e respondidas em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo do disposto no art. 113, §1º, da Lei nº 8.666/1993.

8. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

8.1. Poderá participar da presente TOMADA DE PREÇOS, a agência de propaganda que atenda às condições deste Edital, apresente os documentos nele exigidos e esteja devidamente cadastrada na PREFEITURA MUNICIPAL DE GENERAL SAMPAIO, ou que comprove atender as condições exigidas de qualificação para o cadastramento até o terceiro dia que anteceder o recebimento dos invólucros, conforme o §2º do art. 22 da Lei nº 8.666/1993.

8.2 A pessoa jurídica Microempresa (ME) e Empresa de Pequeno Porte (EPP), poderá participar deste certame licitatório com o tratamento diferenciado previsto na Lei Complementar nº 123/2006. Para tanto deverá comprovar sua condição mediante apresentação de Declaração, nos devidos termos, firmada pelo contador da empresa, ratificando não haver nenhum dos impedimentos previstos no art. 3º, §4º, da referida lei.

8.2.1. A declaração em questão deverá ser entregue ao Presidente da CPL logo no início da sessão de abertura, separadamente dos envelopes exigidos nesta licitação, pela empresa que pretende se beneficiar através do regime diferenciado e favorecido previsto na Lei Complementar nº 123/2006.

8.2.2. A não entrega desta declaração indicará que a licitante optou por não utilizar os benefícios previstos na Lei Complementar nº. 123/2006.

8.2.3. A comprovação solicitada no subitem 8.2 poderá ser feita mediante apresentação da CERTIDÃO SIMPLIFICADA DA JUNTA COMERCIAL emitida a no máximo 30 (trinta) dias da data do recebimento dos invólucros.

8.3. Não poderá participar desta TOMADA DE PREÇO a agência de propaganda:

- a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Administração Pública Direita ou Indireta do MUNICÍPIO DE GENERAL SAMPAIO;
- b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c) que tenha sido considerada como inidônea, por órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, direta e indireta, federal, estadual ou municipal;
- d) estrangeira, que não funcione no País;
- e) empresa cujos seus dirigentes, controladores, empregados ou responsáveis técnicos ou legais, esteja ocupante de cargo ou emprego na Administração Direta ou Indireta do Poder Executivo do Município de GENERAL SAMPAIO ou seus integrantes façam parte da subcomissão técnica que atuará na análise das propostas técnicas ou tenham qualquer vínculo profissional com o ANUNCIANTE;
- f) empresas que estejam reunidas sob a forma de consórcio, qualquer que seja a sua forma de constituição.

8.4 Nenhuma licitante poderá participar desta TOMADA DE PREÇO com mais de uma Proposta.

8.5 A participação na presente TOMADA DE PREÇO implica, tacitamente, para as licitantes:

- a) a confirmação de que receberam da CPL o invólucro padronizado previsto no subitem 9.1.1.1 deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta TOMADA DE PREÇO;
- b) a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas, condições constantes deste Edital, seus anexos, bem como a observância dos regulamentos, normas e das disposições legais pertinentes;
- c) a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

8.6 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta TOMADA DE PREÇO, ressaltado que a PREFEITURA MUNICIPAL DE GENERAL SAMPAIO não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

9. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

9.1 Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à CPL o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade com fotografia e fé pública, dentro do prazo de validade, tais como: carteira de identidade, passaporte, carteira de trabalho, carteira de motorista, carteiras de identidade de conselhos regionais e federações trabalhistas (a exemplo da OAB, Crea, CRM), no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

9.1.1 Tratando-se de sócio proprietário ou dirigente: Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição (o estatuto social, contrato social ou outro instrumento de registro comercial, registrado na Junta Comercial), por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que o servidor ateste sua autenticidade.

9.1.2 Tratando-se de procurador ou representante: Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes específicos constantes do Modelo de Procuração/Credenciamento que constitui o Anexo II deste Edital, com firma reconhecida. Neste caso, o preposto também deverá entregar à CPL cópia autenticada em Cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários (o estatuto social, contrato social ou outro instrumento de registro comercial, registrado na Junta Comercial).

9.1.3 Os documentos previstos nos dois subitens anteriores deverão ser entregues à CPL apartados dos invólucros das Propostas e, quando for o caso, dos documentos de Habilitação.

9.1.3.1A apresentação da cópia do ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor na fase de credenciamento não exime da obrigação de juntar no envelope de documentos de habilitação, sendo extremamente necessária a apresentação também no envelope nº. 05 "Documentos de Habilitação".

9.2 A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas sim impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

9.3 A documentação apresentada na primeira sessão de recepção das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões.

9.4 Será admitido apenas 01 (um) representante para cada licitante credenciada, sendo que cada um deles poderá representar apenas uma empresa credenciada.

9.5 Na hipótese de substituição do representante credenciado no decorrer do processo licitatório, deverá ser realizado novo credenciamento.

9.6 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 CPL, na data, hora e local indicados no subitem 4.1.

9.7 Na fase de CREDENCIAMENTO, a CPL verificará o eventual descumprimento das condições de participação, especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação, mediante a consulta no Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Atos de Improbidade Administrativa, mantido pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ) e na Lista de Inidôneos, mantida pelo Tribunal de Contas da União (TCU), nos respectivos endereços eletrônicos:

www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php; <http://portal.tcu.gov.br/responsabilizacao-publica/licitantes-inidoneas>;

9.7.1 A consulta aos cadastros será realizada em nome da empresa licitante e também de seu sócio majoritário, por força do art. 12 da Lei nº 8.429/1992, que prevê, dentre as sanções impostas ao responsável pela prática de ato de improbidade administrativa, a proibição de contratar com o Poder Público, inclusive por intermédio de pessoa jurídica da qual seja sócio majoritário.

9.7.2 Nos casos em que, por falta de Internet ou por problemas na página dos sites de algum dos órgãos acima mencionados, a CPL ficar impossibilitada de realizar a consulta dos cadastros, será dada continuidade a licitação, podendo a verificação da existência de sanção, ser realizadas antes da Adjudicação e homologação do certame, sendo que em ambos os casos, serão juntados ao processo licitatório a CERTIDÃO NEGATIVA emitidas nos respectivos sites.

9.7.3 Constatada a existência de sanção em alguma das páginas, a Presidente da CPL reputará o licitante descredenciado, se constatado na fase de credenciamento, e/ou desclassificado no caso que for constatado antes da Adjudicação do certame.

9.8 A Microempresa (ME) e Empresa de Pequeno Porte (EPP) que quiser usufruir dos benefícios do tratamento diferenciado concedido pela Lei Complementar nº. 123/2006 deverá apresentar junto com o credenciamento à Declaração, nos termos do modelo que consta do ANEXO V deste Edital, firmada pelo contador da empresa, ratificando não haver nenhum dos impedimentos previstos no art. 3º, §4º, da referida lei ou CERTIDÃO SIMPLIFICADA DA JUNTA COMERCIAL emitida a no máximo 30 (trinta) dias da data do recebimento dos invólucros.

9.9 Os documentos de credenciamento, com a respectiva cédula de identidade ou documento equivalente com foto, deverão ser apresentados EXTRA E FORA DOS INVÓLUCROS de Proposta Técnica, Proposta de Preço ou Documentos de Habilitação.

9.10 Os documentos de credenciamento serão retidos pela Comissão Permanente de Licitação e juntados ao processo licitatório.

10. DA ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à CPL acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3, nos termos deste Edital.

10.1.1 Invólucro nº 1: O invólucro nº 1 deverá ser apresentado nos termos dispostos nos subitens seguintes.

10.1.1.1 No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via NÃO Identificada**, de que tratam os subitens 12.2 e 12.3 deste Edital.

10.1.1.1 Só será aceito o **Plano de Comunicação Publicitária – Via NÃO Identificada** que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela CPL.

10.1.1.2 O invólucro padronizado para a apresentação da Proposta Técnica – Invólucro nº 1 deverá ser retirado pela interessada até um dia útil antes da data programada para a sessão de abertura, na sede da CPL, localizada na AV. José Severino Filho, 257 - Centro - GENERAL SAMPAIO-Ce - CEP: 62.738-000, de segunda a sexta-feira, em dias úteis, no horário de expediente de 08h00min. às 12h00min.

10.1.1.4 O invólucro nº 01, padronizado para a apresentação da Proposta Técnica, será entregue à agência mediante solicitação por escrito, assinada por representante legal da empresa.

10.1.1.5 O Invólucro nº 1 deverá ser entregue pela proponente somente com o fechamento próprio do invólucro mediante aplicação de cola branca na aba de abertura e apenas nela, sem qualquer outra forma de lacre, assinatura, rubrica ou qualquer identificação que não seja a disposta neste Edital.

10.1.1.6 Para preservar – até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do **Plano de Comunicação Publicitária**, o Invólucro nº 1 não poderá: a) ter nenhuma identificação; b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante; c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

10.1.2 Invólucro nº 2: O invólucro nº 2 deverá ser apresentado nos termos dispostos nos subitens seguintes.

10.1.2.1 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, de que trata o subitem 11.4.

10.1.2.2 O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

TOMADA DE PREÇO Nº 2021.10.04.01TP

10.1.2.3 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.

10.1.3 Invólucro nº 3: O invólucro nº 3 deverá ser apresentado nos termos dispostos nos subitens seguintes.

10.1.3.1 No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a **Capacidade de Atendimento**, o **Repertório** e os **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, de que tratam os subitens 11.5 a 11.10.

10.1.3.1.1 Não há restrições para o tipo de papel e gramatura usado nos cadernos do Invólucro nº 3.

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

INVÓLUCRO Nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

TOMADA DE PREÇO Nº 2021.10.04.01TP

10.1.3.3 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.

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

11. DA ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS – INVÓLUCRO Nº 4

11.1 A Proposta de Preços deverá ser entregue à CPL condicionada no Invólucro nº 4.

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

INVÓLUCRO Nº 4

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da licitante

TOMADA DE PREÇO Nº 2021.10.04.01TP

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

12. DA APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

12.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com seguintes quesitos e subquesitos:

- a) **Plano de Comunicação Publicitária:**
 - a.1) Raciocínio Básico;
 - a.2) Estratégia de Comunicação Publicitária;
 - a.3) Ideia criativa;
 - a.4) Estratégia de Mídia e Não Mídia.
- b) **Capacidade de Atendimento;**
- c) **Repertório;**
- d) **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.**

12.1.1 A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, conforme segue:

12.2. Plano de Comunicação Publicitária – Via NÃO Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

- a) Em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato;
- b) Margens de 2 cm na direita, esquerda, superior e inferior, a partir da borda;
- c) Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- d) Com textos justificados;
- e) Com espaçamento "simples" entre todas as linhas do documento, sem espaçamentos entre títulos, subtítulos e/ou subitens;
- f) Títulos, subtítulos e/ou subitens do documento devem ser lançados na linha imediatamente posterior ao do subitem anterior, respeitando-se todas as determinações do item 12.2;
- g) Com texto e numeração de páginas em fonte "arial", estilo "normal", cor "automático", tamanho "12 pontos", observado o disposto nos subitens 12.2.1, 12.2.3 e 12.2.3.1;
- h) Sem uso de "negrito" em nenhuma parte do documento;
- i) Sem uso de palavras ou frases em caixa-alta em nenhuma parte do documento;
- j) Com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, em algarismos arábicos, a partir da primeira página interna (página 2), no canto inferior direito da página, dentro da margem estipulada no item "b";
- l) Em caderno único, perfurado, preso com espiral preto colocado à esquerda;
- m) Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m², ambas em branco;
- n) Sem identificação da licitante;

12.2.1 Os itens elencados no dispositivo 12.2 devem ser seguidos à risca, sob pena de desclassificação por descumprimento de regra editalícia que visa a preservar o sigilo do Invólucro nº 1.

12.2.2 Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e ou tabelas, observadas as seguintes regras:

- a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) os dados ou informações dos quadros ou tabelas devem ser editados na fonte "arial", estilo "normal", cor "automático", tamanho "10 pontos";
- c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas poderão ser apresentados em papel A3 dobrado (apenas uma dobra sem sobra para fora do caderno). Neste caso, para fins do limite previsto no subitem 12.2.7, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

12.2.3 As especificações do subitem 12.2.2 aplicam-se à indicação prevista no subitem 12.3.3.3.2.

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

12.2.5 Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto "Ideia Criativa" serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 12.2, em um outro caderno único e com espiral preto colocado à esquerda, com capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m², ambas em branco e sem numeração de páginas.

12.2.5.1 Os exemplos de que trata o subitem anterior devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas dos subitens 10.1.1.5 e 20.2.1 e no subitem 20.2.1.1, todos deste Edital.

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

12.2.7 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea "a" do subitem 12.3.3 estão limitados, no conjunto, a 8 (oito) páginas, ficando desde já alertado que o licitante que ultrapassar esse limite será desclassificado do certame.

12.2.8 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe à licitante atentar especialmente para o disposto na alínea do subitem 10.1.1.5, no subitem 12.2.5.1, na alínea "c" do subitem 20.2.1 e no subitem 20.2.1.1, todos deste Edital.

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

12.2.10 Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquesitos. Essas páginas não serão computadas no limite previsto no subitem 12.2.7 e devem seguir as especificações do subitem 12.2, no que couber.

12.3 O Plano de Comunicação Publicitária – **Via NÃO Identificada**, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no *Briefing* constante no Anexo I deste Edital, observadas as seguintes disposições:

12.3.1 Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Poder Executivo do Município de GENERAL SAMPAIO referentes ao *briefing* proposto, sua compreensão sobre o problema objeto do *briefing* e os desafios de comunicação a serem enfrentados, relativos ao problema de comunicação proposto.

12.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o problema específico de comunicação a ser enfrentado e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo Poder Executivo do Município de GENERAL SAMPAIO, compreendendo:

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
- b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

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

a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 12.3.2, com comentários sobre cada peça e ou material, destacando-se que a não apresentação da relação solicitada e/ou dos comentários sobre cada peça caracteriza descumprimento de regra editalícia e leva à desclassificação da licitante;

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do problema específico de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

12.3.3.1 Os comentários mencionados na alínea "a" do subitem 12.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas esperadas de cada peça e ou material.

12.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado "fisicamente", conforme estabelecido na alínea "b" do subitem 12.3.3 e na alínea "a" do subitem 12.3.3.3, a relação prevista na alínea "a" do subitem 12.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos, sendo um para as peças e/ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

12.3.3.3 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea "b" do subitem 12.3.3:

a) estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, ficando desde já alertado que o licitante que ultrapassar esse limite será desclassificado do certame;

b) podem ser apresentados sob a forma de:

- b.1) roteiro, leiaute ou *story-board* impressos, para qualquer meio;
- b.2) protótipo ou "monstro", para rádio e internet;
- b.3) *story-board* animado ou *animatic*, para TV e cinema.

c) podem ser ambientados nos meios aos quais serão veiculados (por exemplo, *layout* de um outdoor aplicado em uma tabuleta de outdoor, banner de internet aplicado em uma tela de computador, etc.)

12.3.3.3.1 Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas "fisicamente", até o limite de que trata a alínea "a" do subitem 12.3.3.3, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) anúncio composto de páginas sequenciais será considerado uma peça;
- d) anúncio para *tablets* e dispositivos similares com mais de uma página será considerado uma peça;
- e) adesivagem de *fingers* e similares será considerada uma peça;



- f) um *hotsite* e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
- g) um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- h) um banner e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- i) um *hotsite* cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça.

12.3.3.3.2 Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta - exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, internet - destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea "a" do subitem 12.3.3.

12.3.3.3.3 Os *story-boards* animados ou *animatics* e os protótipos poderão ser apresentados em CD, CD-Rom, DVD-Rom, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

12.3.3.3.4 As peças para a internet poderão ser produzidas em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

12.3.3.3.5 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou passe-partout, observado o disposto no subitem 12.2.5.1. peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

12.3.4 A Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser constituída de:

- a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no *Briefing* (item 9) sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
- b) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

12.3.4.1 Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea "a" do subitem 12.3.3 deverão constar de tal simulação.

12.3.4.2 Da simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de distribuição das peças e ou material;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

12.3.4.3 Na referida simulação:

a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação, ficando desde já alertado que o licitante que apresentar preços em desconformidade com o disposto nesta alínea será desclassificado do certame;

a.1) Podem ser incluídos na Estratégia de Mídia e Não Mídia os veículos que trabalhem com leilão de mídia (buscadores e redes sociais, por exemplo);

a.2) Orçamentos de influenciadores não tabelados deverão ser computados como natureza Mídia.

b) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores, ficando desde já alertado que o licitante que apresentar preços em desconformidade com o disposto nesta alínea será desclassificado do certame.

c) o licitante que ultrapassar o valor determinado para execução do *briefing* será desclassificado do certame por quebra da isonomia entre os participantes.

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

12.4.1 Fica a critério das licitantes as capas a serem aplicadas nos cadernos que compõem as vias identificadas (Capacidade de atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação).

12.5 Capacidade de Atendimento: A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte "arial"; tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna (página 02), rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

12.5.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 12.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

12.5.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 12.5 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

12.5.3 Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

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

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

b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido – contendo, no mínimo, nome, formação e experiência – dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de: a) um na área de atendimento; b) um na área de planejamento; c) um na área de criação; d) um na área de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica; e) um na área de mídia.

c. 1) Deve haver no mínimo um profissional relacionado para cada uma dessas cinco áreas, não podendo o mesmo profissional responder por mais de uma área solicitada, ficando desde já alertado que o licitante que apresentar a relação em desconformidade com o disposto nesta alínea será desclassificado do certame;

d) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

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

f) a discriminação 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 Poder Executivo do Município de GENERAL SAMPAIO, sem ônus adicionais, na vigência do contrato, pois o custo desses serviços já está contemplado no orçamento total da licitação.

12.6.1 O Poder Executivo do Município de GENERAL SAMPAIO se reserva ao direito de solicitar, durante a execução do contrato, o instrumento de contratação do instituto de pesquisa, observada a categoria da agência registrada no CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão.

12.7 Repertório: A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte "arial", tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna (página 02), rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

12.7.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado (apenas uma dobra sem sobra para fora do caderno), que será computada como 1 (uma) página.

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

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



12.8 O Repertório será constituído de peças e ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

12.8.1 A licitante deverá apresentar 06 (seis) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

12.8.1.1 As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos, exclusivamente, a partir de 1º de janeiro de 2014.

12.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou PenDrive.

12.8.1.3 As peças gráficas deverão integrar o caderno específico previsto no subitem 12.7, em papel A4 ou A3 dobrado e numeradas seguindo a ordem do caderno. Deverá também ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

12.8.1.4 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 12.8.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea "c" do subitem 13.3.1.

12.8.1.5 Podem ser apresentadas peças produzidas para pessoas jurídicas da administração pública municipal, estadual, federal ou da iniciativa privada, com exceção de trabalhos solicitados, aprovados e/ou veiculados para a Prefeitura de GENERAL SAMPAIO.

12.8.2 Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

12.8.3 As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pela Prefeitura de GENERAL SAMPAIO, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

12.9 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte "arial", tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna (página 02), rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

12.9.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 12.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 12.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

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

12.10 A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritos quais eram os problemas de comunicação e as soluções bem-sucedidas planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

12.10.1 As propostas de que trata o subitem 12.10 devem ter sido implementadas, exclusivamente, a partir de 1º de janeiro de 2014.

12.10.2 Se a licitante apresentar 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista na alínea "d" do subitem 13.3.1.

12.10.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes, ficando desde já alertado que o licitante que apresentar relatos sem o devido referendo do cliente será desclassificado do certame.

12.10.3.1 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

12.10.4 É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato, sendo que, se incluídas:

12.10.4.1 as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou Pen Drive;

12.10.4.2 as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 12.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente, sendo que, em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

12.10.4.3 para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

12.10.4.4 o licitante que ultrapassar o número de peças e/ou material disposto no Item 12.10.4 será desclassificado do certame;

13. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

13.1 A Subcomissão Técnica prevista no subitem 19.2 deste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

13.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito abaixo elencados:

13.2.1 Plano de Comunicação Publicitária (valor 105 pontos): o Plano de Comunicação Publicitária compreende os seguintes quesitos:

13.2.1.1 Raciocínio Básico (valor 15 pontos): entende-se por Raciocínio Básico para fins desta licitação a acuidade de compreensão:

a) diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Poder Executivo do Município de GENERAL SAMPAIO referente ao briefing proposto (5 pontos);

b) compreensão do proponente sobre o problema de comunicação proposto (5 pontos);

c) desafios de comunicação a serem enfrentados relativos ao problema de comunicação proposto (5 pontos);

13.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária (30 pontos): entende-se por Estratégia de Comunicação Publicitária para fins desta licitação:

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Poder Executivo do Município de General Sampaio a seu problema específico de comunicação (5 pontos);

b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto (5 pontos);

c) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta (5 pontos);

d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação do Poder Executivo do Município de GENERAL SAMPAIO (5 pontos);

e) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Poder Executivo do Município de GENERAL SAMPAIO, o mercado no qual se insere, seu problema específico de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível (5 pontos);

f) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Poder Executivo de GENERAL SAMPAIO com seus públicos.

13.2.1.3 Ideia Criativa (35 pontos): entende-se por Ideia Criativa para fins desta licitação:

a) sua adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo do Município de GENERAL SAMPAIO (5 pontos);

b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante (5 pontos);

c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo (5 pontos);

d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem (5 pontos);

e) sua pertinência às atividades do Poder Executivo do Município de General Sampaio à sua inserção nos contextos social, político e econômico (5 pontos);

f) a exequibilidade das peças e ou do material (5 pontos);

g) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos (5 pontos).

13.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia (25 pontos): entende-se por Estratégia de Mídia e Não Mídia para fins desta licitação:

a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários (5 pontos);

b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos (5 pontos);

c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores (5 pontos);

d) a consistência demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Poder Executivo do Município de GENERAL SAMPAIO (5 pontos);

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material (5 pontos);

13.2.1.5 O desenvolvimento de Plano de Comunicação Publicitária que atente contra o disposto no artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição Federal levará à desclassificação da licitante.

13.2.2 Capacidade de Atendimento (25 pontos): entende-se por Capacidade de Atendimento para fins desta licitação:

a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (5 pontos);

b) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do Poder Executivo do Município de GENERAL SAMPAIO (5 pontos);

c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (5 pontos);

d) a operacionalidade do relacionamento entre o Poder Executivo do Município de GENERAL SAMPAIO e a licitante, esquematizado na proposta (5 pontos);

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 do Poder Executivo do Município de GENERAL SAMPAIO, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (5 pontos).

13.2.3 Repertório (15 pontos): entende-se por Repertório para fins desta licitação:

a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (5 pontos);

b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (5 pontos);

c) a clareza da exposição das informações prestadas (5 pontos).

13.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (15 pontos): entende-se por Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação para fins desta licitação:

a) a evidência de planejamento publicitário (5 pontos);

b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (5 pontos);

c) a relevância dos resultados apresentados (5 pontos);

13.3 A Nota da Proposta Técnica - NPT será apurada segundo a metodologia definida nos subitens subsequentes.

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

a) Plano de Comunicação Publicitária: 105 (cento e cinco), sendo:

a.1) Raciocínio Básico: 15 (quinze);

a.2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 30 (trinta);

a.3) Ideia Criativa: 35 (trinta e cinco);

a.4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 25 (vinte e cinco).

b) Capacidade de Atendimento: 25 (vinte e cinco);

c) Repertório: 15 (quinze);

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 15 (quinze).

13.3.2 A pontuação final do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos obtidos de cada membro da Subcomissão Técnica, sendo apresentada até a segunda casa decimal.

13.3.2.1 Os avaliadores pontuarão cada subquesito, de acordo com a tabela apresentada no Anexo III, marcando um "X" na coluna respectiva à nota que atribui a cada subquesito em valores inteiros (0, 1, 2, 3, 4, 5) e justificando no espaço determinado o motivo/motivação da nota atribuída.

13.3.2.2 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

13.3.2.3 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.

13.3.3 A Nota da Proposta Técnica – Índice Técnico será obtida pela aplicação da fórmula $IT = PTL/MPT$ onde:

IT = Índice técnico

PTL = Pontuação Técnica da Licitante (máximo de 160 pontos)

MPT = Maior Pontuação Técnica dentre as licitantes (máximo de 160 pontos)

13.3.3.1 A pontuação técnica de cada licitante (PTL) será obtida pela soma das médias das pontuações atribuídas pela subcomissão técnica em cada quesito, com a aplicação da seguinte fórmula: $PTL = Ppc + Pca + Prp + Prel$, onde:

PTL = Pontuação Técnica da Licitante

Ppc = Pontuação obtida pelo Plano de Comunicação Publicitária (máximo de 105 pontos)

Pca = Pontuação obtida pela Capacidade de Atendimento (máximo de 25 pontos)

Prp = Pontuação obtida pelo Repertório (máximo de 15 pontos)

Prel = Pontuação obtida pelos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (máximo de 15 pontos)

13.3.4 Para cada subquesito avaliado, cada julgador deverá usar a tabela disposta no Anexo VII, onde constará:

Nome do Quesito	0	1	2	3	4	5
Descrição do subquesito						

13.3.4.1 Abaixo de cada descrição do subquesito haverá espaço para o julgador justificar a nota atribuída, devendo discriminar as razões que embasaram a avaliação, trazendo à luz do julgamento os motivos baseados nas informações e/ou trabalhos apresentados pelos proponentes.

13.4 Será desclassificada a Proposta:

- que não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos, levando-se em consideração o disposto nos Itens 20.1.3, 20.1.3.1 e 32.7 nos casos em que os descumprimentos não tenham previsão expressa de desclassificação e que não afetem a isonomia entre os participantes;
- cuja PTL não alcançar 100 (cem) pontos;
- obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 13.2.1.1 a 13.2.1.4 e 13.2.2. a 13.2.4.

14. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

14.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

- apresentada em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 14.2, 14.3 e 14.4, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;
- elaborada em três documentos distintos, descritos nos subitens 14.2, 14.3 e 14.4, respectivamente Anexos IV-A, Anexos IV-B e Anexos IV-C.

14.2A licitante deverá apresentar Proposta de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do modelo do Anexo IV-A deste Edital.

14.3A licitante deverá apresentar Declaração de que a elaboração de sua proposta foi feita de forma independente, nos termos do Modelo constante do Anexo IV-B deste Edital.

14.3.1 A Declaração do subitem 14.4 deverá ser feita sob as penas da lei, sendo responsável a empresa e o responsável legal que a assinou, administrativa, civil e criminalmente, caso seja descoberto que não representa aquilo que aparenta.



14.4 A licitante deverá elaborar Declaração, nos termos do modelo constante do Anexo IV-C deste Edital, na qual:

- a) comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo AS SECRETARIAS as vantagens obtidas;
- b) informará que os tributos e a totalidade dos encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários e comerciais incidentes sobre o contrato, serão de sua inteira responsabilidade, sendo também de sua inteira responsabilidade, os custos com transporte e seguro;
- c) Informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato (Anexo V);
- d) informará estar ciente e de acordo com o disposto na Cláusula Décima Terceira da minuta de contrato, constante do V deste Edital.

14.5 Os percentuais e/ou preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência dos contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

15. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

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

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

15.3 Os quesitos a serem valorados são os integrantes do Modelo que constitui o Anexo VI-A deste Edital, ressalvado que **NÃO** será aceito:

- a) Desconto inferior a 30% (trinta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;
- b) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;
- c) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- d) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

15.4 O Índice de Preços (IP) atingirá no máximo **160 (cento e sessenta) pontos** e será apurado conforme a metodologia especificada nos subitens seguintes.

15.4.1 A CPL calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Quesitos - Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre valor fixo mensal (fee) previstos na alínea "a" do subitem 15.3	$P1 = 1,00 \times \text{Desconto}$
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea "b" do subitem 15.3	$P2 = 1,00 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea "c" do subitem 15.3	$P3 = 2,50 \times (05,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea "d" do subitem 15.3	$P4 = 3,75 \times (10,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea "e" do subitem 15.3	$P5 = 5,00 \times (10,0 - \text{Honorários})$

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

15.4.2 O Índice de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 15.4.1, como segue: $IP = P1 + P2 + P3 + P4 + P5$

15.4.2.1 Se houver divergência entre o valor em algarismos e o valor por extenso, constantes da planilha que constitui o Anexo VI deste Edital, prevalecerá o valor por extenso.

16. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

16.1 O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços desta TOMADA DE PREÇO será feito de acordo com o rito previsto na Lei Federal nº 8.666/1993 para o tipo técnica e preço.

16.2 A Pontuação Final (PF) será calculada com duas casas decimais e obtida pela seguinte fórmula: $PF = (IT \times PT) + (IP \times PP)$ onde:

- a) PF = Pontuação Final
- b) IT = Índice Técnico
- c) PT = Peso Técnico
- d) IP = Índice de Preços
- e) PP = Peso de Preços

16.2.1 Dada a natureza intelectual dos serviços de publicidade, o Peso Técnico (PT) e o Peso de Preços (PP) deverão ser, respectivamente, 6 (seis) e 4 (quatro), ficando a fórmula da Pontuação Final como segue: $PF = (IT \times 6) + (IP \times 4)$

16.3 Se, após a apuração das notas houver empate que impeça a identificação automática da licitante mais bem classificada, será classificada a agência que obtiver a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, constantes do subitem 13.2.1, 13.2.2, 13.2.4 e 13.2.5, respectivamente.

16.3.1. Se, após adotada a regra do subitem 16.3, persistir o empate, o desempate será feito por sorteio, a ser realizado em ato público marcado pela CPL, cuja data será divulgada na forma do item 22 deste Edital, e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

17. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1 Os documentos de Habilitação deverão ser entregues à CPL apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, em dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

17.1.1 Os documentos deverão estar acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 5
Documentos de Habilitação
Nome empresarial e CNPJ da licitante
TOMADA DE PREÇO Nº 2021.10.04.01TP

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

17.1.3 Os documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados, alternativamente: em original, em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela CPL, no ato da abertura dos documentos de Habilitação. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da CPL.

17.2 Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação na forma prevista nos subitens 17.2.1 a 17.4.

17.2.1 A HABILITAÇÃO JURÍDICA deverá ser comprovada com os seguintes documentos:

- a) cédula de identidade de todos os responsáveis legais, sócios e dirigentes da licitante;
 - a.1) São considerados documento oficial de identidade as carteiras expedidas pelos Comandos Militares, pelas Secretarias de Segurança, pelos Corpos de Bombeiros, pelas Polícias Militares, pelos órgãos Fiscalizadores de exercício profissional (Ordens, e Conselhos) Carteira de Identidade (RG), Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS), Carteira de Órgão ou Conselho de Classe (OAB/ CRM/ CRP), Certificado Militar, Carteira Nacional de Habilitação (CNH), Passaporte, Carteiras expedidas por órgão público que por Lei Federal tenham fé pública e valem como identidade.
- b) registro comercial, em caso de empresa individual;
- c) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrado e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações;
 - c.1) os documentos mencionados na alínea "c" deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação;
 - c.2) não será aceita, como capaz de substituir tais documentos, a certidão simplificada de arquivamento na Junta Comercial;
- d) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
 - d.1) não será aceita certidão simplificada de arquivamento no cartório de Registros de Pessoas Jurídicas;
- e) decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e o ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim exigir.

17.2.2 A REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA deverá ser comprovada com os seguintes documentos:

- a) Certificado de Registro Cadastral (CRC) compatível com o ramo do objeto deste edital, emitido pela Prefeitura do Município de GENERAL SAMPAIO até 3 (três) dias antes da data de recebimento dos invólucros e dentro do seu prazo de validade;
- b) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;
- c) prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual, distrital ou municipal, se houver, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta TOMADA DE PREÇO;
- d) Certidão Conjunta Negativa ou Positiva com efeito de Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida pela da Secretaria da Receita Federal do Brasil com jurisdição sobre o local da sede da licitante, abrangendo todos os encargos previdenciários;
- e) Certidões Negativas de Débitos ou Positivas com Efeito de Negativas ou de Não Contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado, do Distrito Federal (se for o caso) e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;
- f) Certidão Negativa de Débito ou Positiva com efeito de Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT);
- g) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);

17.2.2.1 Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, para este certame, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento.

17.2.2.2 Será considerada como regular a situação quando estiver suspensa a exigibilidade.

17.2.3 A QUALIFICAÇÃO TÉCNICA deverá ser comprovada com os seguintes documentos:

- a) uma ou mais declarações, fornecidas por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com o do objeto desta TOMADA DE PREÇO;
- b) certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º, do art. 4º, da Lei nº 12.232/2010, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, autenticado, ou, se emitido por via eletrônica, sujeito à confirmação no sítio eletrônico do CENP.

MV

17.2.4 A QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA deverá ser comprovada com os seguintes documentos:

a) Certidão Negativa de falência, concordata ou recuperação judicial expedida pelo distribuidor (ou distribuidores), ou Tribunal de Justiça, da sede fiscal da pessoa jurídica, emitida em até 30 (trinta) dias corridos antes da data de apresentação dos documentos de Habilitação ou que esteja dentro do prazo de validade expresso na própria Certidão;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social já exigíveis e apresentados na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de três (3) meses da data de apresentação da proposta.

b.1) Se necessária a atualização do balanço e do capital social, deverá ser apresentado, juntamente com os documentos em apreço, o memorial de cálculo correspondente;

b.2) a licitante com menos de um ano de existência, que ainda não tenha balanço, deverá apresentar demonstrações contábeis envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência, assinado pelo administrador e responsável contábil da licitante, com a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade;

b.3) entenda-se por "na forma da lei":

I - sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante, acompanhado de cópia autenticada do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraída (art. 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº486/1969);

II - sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº6.404/1976: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em Jornal de grande circulação (art. 289, caput e § 5º, da Lei nº6.404/1976);

III - sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro na Junta Comercial.

17.2.4.1 A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

a) do balanço referido na alínea "b" do subitem 17.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

LG =	Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo
SG =	Ativo Total
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo
LC =	Ativo Circulante
	Passivo Circulante

a.1) No caso hipotético de Ativo Circulante maior que 1 (um) e Passivo Circulante igual a 0 (zero), o resultado para LC seria indeterminado ou impossível em termos matemáticos. Entretanto, um Ativo Circulante maior que 1 (um) e um Passivo Circulante igual a 0 (zero) indicam, em tese, boa situação financeira da empresa. Nesse caso em específico, deve-se indicar os valores e proceder ao resultado como "indefinido", seguindo as regras matemáticas;

b) das demonstrações contábeis referidas na alínea "b.2" do subitem 17.2.4, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

S =	Ativo Total
	Passivo Exigível



17.2.4.2 Os índices de que tratam as alíneas "a" e "b" do subitem 17.2.4.1 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

17.2.4.3 A licitante que apresentar resultado menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea "a" ou "b", do subitem 17.2.4.1, deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui capital social mínimo ou patrimônio líquido mínimo equivalente ao valor licitado, assim entendido o valor máximo do contrato.

17.2.4.4 Os documentos de que tratam as alíneas "b" e "b.1" do subitem 17.2.4 deverão estar assinados pelo responsável pela contabilidade da licitante, com a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

17.3 DEMAIS DECLARAÇÕES

a) declaração de que não utiliza mão de obra direta ou indireta de menores de 18(dezoito) anos para a realização de trabalhos noturnos, perigosos ou insalubre, bem como não utiliza, para qualquer trabalho, mão de obra direta ou indireta de menores de 16 (dezesseis) anos, exceto na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, (conforme inciso V do art. 27 da Lei Federal nº 8.666/93), nos termos do Anexo VI deste Edital;

b) declaração, sob as penas da lei, da superveniência de fato impeditivo, para sua habilitação, nos termos do Anexo VII deste Edital.

c) no caso de agência que não tenha sede, escritório ou sucursal em GENERAL SAMPAIO, declaração de que, caso venha a constituir-se em uma das vencedoras deste certame, instalará, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados da data de assinatura do contrato, a estrutura mínima prevista no subitem 25.13.2.

17.4 Se a licitante tiver filial, todos os documentos de Habilitação deverão estar em nome da matriz ou da filial, dependendo de quem é a licitante, salvo aqueles documentos que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

17.5A licitante classificada no julgamento final desta TOMADA DE PREÇO que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será inabilitada, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 18.1.1.

18. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

18.1 A CPL analisará os documentos de Habilitação e julgará habilitadas todas as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

18.1.1. Se nenhuma licitante restar habilitada, a CPL reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para apresentar 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.

19. COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO (CPL) E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

19.1 Esta TOMADA DE PREÇO será processada e julgada pela CPL, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

19.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

19.2.1 Um dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com os órgãos e entidades do Poder Executivo do Município de GENERAL SAMPAIO.

19.3 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, 06 (seis) integrantes, 3 (três) deles sem nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Poder Executivo do Município de GENERAL SAMPAIO, todos previamente cadastrados pelo Setor competente.

19.3.1 A relação dos nomes referidos no subitem 19.3 deste Edital será publicada pela CPL no Diário Oficial do Município de GENERAL SAMPAIO, em prazo não inferior a 07 (sete) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

no
x

19.3.2 O sorteio será processado pela CPL 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 Poder Executivo do Município de GENERAL SAMPAIO, nos termos dos subitens 19.2.1 e 19.3.

19.3.3 A relação prevista no subitem 19.3 deste Edital conterà, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o Poder Executivo do Município de GENERAL SAMPAIO.

19.3.4 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 19.3, mediante a apresentação à CPL de justificativa para a exclusão.

19.3.5 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.

19.3.6 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 19.

19.3.6.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 19.3.

19.3.6.2 Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

19.3.7 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 19.3.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

20. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

20.1 Serão realizadas sessões públicas, de acordo com 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 CPL e pelos representantes das licitantes presentes.

20.1.1 A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil de credenciamento, conforme estabelecido no subitem 9.1 deste Edital.

20.1.2 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.

20.1.3 A CPL e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital e em seus Anexos busquem o atingimento das finalidades da licitação, evitando-se o apego a formalismos exagerados, irrelevantes ou desarrazoados, que não contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa e a igualdade de oportunidade de participação dos interessados, nos termos do art. 3º, caput, da Lei nº 8.666/1993.

20.1.3.1 No atendimento ao subitem 20.1.3 a CPL e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais na Proposta Técnica e da Proposta de Preços e nos documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura, a isonomia e o caráter competitivo desta TOMADA DE PREÇO.

20.1.4 Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

20.1.5 O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.

20.1.6 Antes do aviso oficial do resultado da proposta técnica, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

20.1.7 Qualquer tentativa de licitante influenciar a CPL ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

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

20.1.9 Se os invólucros das licitantes desclassificadas ou inabilitadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados do encerramento desta TOMADA DE PREÇO – após transcorrer o prazo para interposição de recurso contra o resultado final da licitação ou ter havido a sua desistência ou, ainda, terem sido julgados os recursos interpostos. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, a CPL providenciará sua destruição.

20.1.10. Fica proibida a captação de imagem por fotos ou qualquer tipo de gravação dos Planos de Comunicação Publicitária, a fim de garantir sigilo.

20.2 A PRIMEIRA SESSÃO pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 4.1 deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 9.1 deste Edital;
- b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

20.2.1 O Invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela CPL se não:

- a) estiver identificado;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante **antes da abertura do Invólucro nº 2;**
- c) estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;
- d) estiver acondicionado em invólucro diferente do fornecido.

20.2.1.1 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas "a", "b", "c" e "d" do subitem 20.2.1, a CPL não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

20.2.2 A primeira sessão prosseguirá com os seguintes procedimentos básicos:

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da CPL, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 1;
- c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para rubricar e examinar, os documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão por meio eletrônico (email), ou por contato telefônico ou por publicação nos mesmos meios de divulgação.

20.2.2.1 A CPL, antes do procedimento previsto na alínea "b" do subitem 20.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

20.2.2.2 Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº1 e nº3, a CPL e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a CPL desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

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

20.2.4 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 CPL.

20.2.5 Se houver desistência expressa de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela CPL na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade de acordo com o previsto no subitem 20.2.6 e seguintes. Caso contrário a CPL divulgará o resultado das decisões na forma do item 22, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

20.2.6 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados os seguintes procedimentos:

- a) encaminhamento, pela CPL à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) análise e julgamento individualizados, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à CPL, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações individualizadas e médias dos quesitos, e de justificativa escrita individualizada por integrante da Subcomissão das razões que as fundamentaram em cada quesito, conforme o modelo disponibilizado no Anexo III;

d) encaminhamento, pela CPL à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

e) análise e julgamento individualizados, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à CPL, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e média dos quesitos, e de justificativa escrita individualizada dos subquesitos com as razões que as fundamentaram em cada caso.

20.2.6.1 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea "a" do subitem 13.4 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

20.2.6.1.1 O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros nº 2.

20.2.6.1.2 Se, após a análise de recursos, a proposta inicialmente desclassificada retomar ao certame, deverá ser aberto prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recursos, conforme disposto no art. 109, da Lei nº 8.666/1993, desta feita referentes apenas e tão somente à proposta, às pontuações e justificativas lançadas.

20.2.7 As planilhas previstas nas alíneas "c" e "f" do subitem 20.2.6 conterão, respectivamente, as pontuações e justificativas de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante, bem como a média obtida, e as pontuações e justificativas escritas de cada membro da Subcomissão Técnica para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante, bem como a média obtida.

20.3 SEGUNDA SESSÃO: Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a CPL convocará as licitantes, na forma do item 22 deste Edital, 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 as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, da Lei nº 8.666/1993.

20.3.1 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, se solicitado pela CPL.

20.4 TERCEIRA SESSÃO: Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a CPL convocará as licitantes, na forma do item 22 deste Edital, 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 a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da CPL 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;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;