

Edital de Concorrência para Contratação de Serviços de Publicidade

Concorrência n.º 001/2017

Processo n.º 010/2017

A **CÂMARA MUNICIPAL DE VITÓRIA DA CONQUISTA**, doravante denominada **CMVC**, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação – **CPL**, torna público que realizará **concorrência** do tipo **melhor técnica e preço**, para contratação de serviços publicitários.

Os envelopes contendo as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos no dia 28 de agosto de 2017, até às 15h00 ou, se não houver expediente nesta data, no primeiro dia útil subsequente, no seguinte endereço: Rua Coronel Gugé, n.º 150, Centro – Vitória da Conquista/Bahia. As Propostas Técnicas serão abertas na data de recebimento, obedecidos os trâmites do procedimento licitatório contemplados neste Edital.

Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário, nos termos da Lei n.º 8.666/93 com alterações posteriores, da Lei n.º 12.232/10 aplicável subsidiariamente, da Lei n.º 4.680/65 e disposições deste Edital.

Os serviços publicitários objeto da presente Concorrência apenas serão contratados junto a Agências de Propaganda que detenham o Certificado de Qualificação Técnica emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – **CENP**.

1. OBJETO

A presente Concorrência destina-se à contratação de Agência de Propaganda para prestação dos serviços publicitários previstos no item 1.1.

1.1. Os serviços publicitários objeto da presente Concorrência, compreendem:

- a) estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação;
 - b) 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 nos quais serão difundidos os materiais e ações publicitárias, ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
 - c) a produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
 - d) a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.
- 1.2. A Agência atuará por ordem e conta da CMVC, em conformidade com o art. 3º da Lei n.º 4.680/65, na contratação de:
- a) fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, materiais e demais serviços conexos previstos no item 1.1, alíneas “a”, “b” e “c”;
 - b) veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários, sem qualquer restrição de mídia.

2. **CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

- 2.1. Poderá participar desta Concorrência, a licitante que atender a todas as condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.
- 2.2. Não poderá participar desta licitação a licitante:

- a) em processo de recuperação judicial ou falência, sob concurso de credores, em dissolução ou em liquidação, cisão, fusão ou incorporação;
- b) que por qualquer motivo tenha sido considerada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública, direta ou indireta, federal, estadual ou municipal;
- c) que esteja reunida em consórcio;
- d) estrangeira, sem sede no País.

2.2.1. Nenhuma licitante poderá participar desta Concorrência sem estar certificada pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP.

2.3. A participação na presente Concorrência implica tacitamente, para a licitante, na confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o envelope n.º 1, conforme previsto no subitem 3.1.1.1.5, e as informações necessárias ao cumprimento desta Concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e seus Anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

3. APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

3.1. As Propostas Técnica e de Preços deverão ser apresentadas à Comissão Permanente de Licitação em **envelopes distintos e separados**, todos fechados, os quais deverão ser identificados com as informações abaixo previstas.

3.1.1. A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em 03 (três) envelopes distintos a saber:

- a) Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada**: envelope n.º 1, fornecido pela **CPL**;
- b) Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**: envelope n.º 2;
- c) Demais informações integrantes da Proposta Técnica: envelope n.º 3.

3.1.1.1. O envelope n.º 1, Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária (**VIA NÃO IDENTIFICADA**) deverá conter: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia. Não poderá ter nenhuma identificação na parte externa, para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do envelope n.º 2.

3.1.1.1.1 A **CPL** só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada**, se estiver acondicionado no envelope n.º 1, fornecido obrigatoriamente, pela **CPL**.

3.1.1.1.2. O Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada**, deverá ser redigido em língua portuguesa, exceção feita a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

- em papel A4, branco;
- com espaçamento de 2cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- com textos justificados;
- com espaçamento “simples” entre as linhas;
- com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;

- com numeração em todas as página, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- em caderno único;
- sem identificação da licitante.

3.1.1.1.2.1. As especificações do subitem 3.1.1.1.2 aplicam-se, no que couber, ao subquesito “Ideia Criativa”.

3.1.1.1.2.2. As tabelas, gráficos e planilhas do subquesito “Estratégia de Mídia e Não Mídia”, poderão ter fontes tipográficas habitualmente utilizadas nesses documentos.

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

3.1.1.1.4. Os exemplos de peças que integram a “Ideia Criativa”, sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se ao tamanho do envelope n.º 1.

3.1.1.1.5. O envelope n.º 1, deverá ser retirado pela licitantes no seguinte endereço Rua Coronel Gugé, n.º 150, Centro – Vitória da Conquista/Bahia, de segunda à quinta-feira em horário comercial, e às sextas-feiras das 08 até às 12 horas.

3.1.2. O Plano de Comunicação Publicitária, **Via Identificada**, deverá ser apresentado no envelope n.º 2, assim identificado, mediante aposição de etiqueta:

ENVELOPE N.º 2

PROPOSTA TÉCNICA: Plano de Comunicação Publicitária

VIA IDENTIFICADA: (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia)

Razão Social da Licitante:

CNPJ/MF:

Concorrência n.º 001/2017

3.1.2.1. O envelope n.º 2 será providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até a sua abertura.

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

3.1.3. Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, serão informados no envelope n.º 3, assim identificado, mediante aposição de etiqueta:

ENVELOPE N.º 3

PROPOSTA TÉCNICA: (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação)

Razão Social da Licitante:

CNPJ/MF:

Concorrência n.º 001/2017

3.1.3.1. O envelope n.º 3 será providenciado pela licitante, e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de

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

- 3.1.3.2. O envelope n.º 3 e os documentos nele condicionados (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada** e que permita a identificação da autoria da mesma, antes da abertura do envelope n.º 2.
- 3.1.4. A Proposta de Preços deverá ser acondicionada no envelope n.º 4 , assim identificado, mediante aposição de etiqueta:

ENVELOPE N.º 4
PROPOSTA DE PREÇOS

Razão Social da Licitante:

CNPJ/MF:

Concorrência n.º 001/2017

- 3.1.4.1. O envelope n.º 4 será providenciado pela licitante e deverá ser inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- 3.1.4.2. A Proposta de Preços deverá ser apresentada em papel timbrado da licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, com clareza, sem emendas ou rasuras. A Proposta de Preços deverá ser datada e assinada no documento referido no subitem 8.3. deste Edital, por quem detenha poderes de representação legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

- 3.2. No ato de entrega dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preços, o representante da licitante apresentará à **CPL**, o documento que o credencia a participar da licitação, juntamente com seu documento de identidade de fé pública.
- 3.2.1. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembléia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que a Comissão Permanente de Licitação ateste sua autenticidade.
- 3.2.2. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com poderes constantes do modelo que constitui o Anexo II. Na hipótese de apresentação por intermédio de procuração, deverá ser juntada a 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.
- 3.2.3. A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.
- 3.2.4. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção, credencia o representante a participar das demais

sessões. Na hipótese de substituição do representante no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

4. **PROPOSTA TÉCNICA** (Envelopes n.º 1, 2 e 3)

4.1. A Proposta Técnica consistirá em quatro quesitos:

4.1.1. **Plano de Comunicação Publicitária:** a licitante apresentará Plano de Comunicação Publicitária, elaborado com base no Briefing (**Anexo I** deste Edital), o qual compreenderá os seguintes subquesitos:

4.1.1.1. **Raciocínio Básico:** texto em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no Briefing, principalmente sobre o problema específico de comunicação da **CMVC**;

4.1.1.2. **Estratégia de Comunicação Publicitária:** texto em que a licitante:

a) apresentará e defenderá o partido temático e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação da **CMVC**;

b) explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer quando dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar.

4.1.1.3. **Ideia Criativa:** a licitante desenvolverá campanha publicitária destinada a solucionar o problema específico de comunicação, observadas as seguintes disposições:

- a) apresentará **relação** de **todas** as peças integrantes da campanha, incluídas as eventuais reduções e variações de formato e as peças que eventualmente extrapolarem o limite previsto na alínea a do subitem 4.1.1.3.1;
- b) apresentará **exemplos** de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação;
- c) O roteiro, layout, story-board impresso e “monstro” de spot de rádio a que se refere o quesito **idéia criativa** estão limitados a uma peça para cada mídia de veiculação proposta pela agência.

4.1.1.3.1. Os exemplos de peças:

- a) estão limitados a **dez**, independentemente da mídia de divulgação, do tipo ou característica da peça;
- b) podem ser apresentados sob forma de roteiro, leiaute e story-board impressos, para qualquer peça, e de “monstro”, para rádio e internet;
- c) só serão aceitos finalizados em caso de não mídia;
- d) apresentados como parte de um kit serão computados individualmente no limite de que trata a alínea a do subitem 4.1.1.3.1.

4.1.1.4. **Estratégia de Mídia e não Mídia** – constituída de:

- a) texto em que, de acordo com as informações do Briefing, demonstrará a capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha (permitida a inclusão de tabelas,

gráficos e planilhas) e indicará o uso dos recursos de comunicação próprios da **CMVC**;

b) simulação de plano de distribuição de **todas** as peças de que trata a alínea **a** do subitem 4.1.1.3, acompanhada de tabelas, gráficos, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas.

4.1.1.4.1. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre pelo menos: o período de veiculação; os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, separadamente por meios; e os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça, separadamente, de mídia e de não mídia.

4.1.1.4.2. No caso de não mídia, no resumo geral também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça.

4.1.1.4.3. Na simulação de que trata a alínea **b** do subitem 4.1.1.4.:

a) os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos;

b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/65;

c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

4.1.2. **Capacidade de Atendimento:** textos em que a licitante apresentará:

- a) relação nominal dos principais clientes atuais da licitante, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) as instalações, a infra-estrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos 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;
- e) a discriminação das informações de comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da **CMVC**, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

4.1.3. **Repertório:** apresentação, sob a forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/distribuídos/exibidos/expostos pela licitante.

- 4.1.3.1. Poderão ser apresentadas até dez peças, independentemente da mídia de divulgação, do tipo ou característica da peça.
- 4.1.3.2. Para cada peça, deve ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que cada peça se propôs a resolver e a identificação da licitante, título, data de produção, período de veiculação/distribuição/exibição/exposição e menção de pelo menos um veículo/espço que a divulgou/exibiu/expôs.
- 4.1.3.3. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.
- 4.1.3.4. As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela CMVC.
- 4.1.3.5. As peças que constituem o **relatório** estão limitadas a três para cada uma das mídias de veiculação selecionadas pela licitante, como as mais representativas de suas características, observado o limite total fixado no subitem 4.1.3.1.
- 4.1.4. **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:** deverão ser apresentados até dois cases, relatando, em no máximo duas páginas cada, soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação propostas pela licitante e implementadas por anunciantes.
 - 4.1.4.1. Os relatos terão de ser formalmente referendados pelos respectivos anunciantes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela CMVC.

- 4.1.4.2. É permitida a inclusão de até cinco peças, independentemente da mídia de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato, sendo que as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.
- 4.2. O texto pertinente ao Plano de Comunicação Publicitária está limitado a oito páginas, ressalvado que não serão computados nesse limite as páginas utilizadas eventualmente, apenas para separar os textos dos quesitos, a página com a relação prevista na alínea **a** do subitem 4.1.1.3, os roteiros das peças de que trata a alínea **b** do subitem 4.1.1.3 e os textos, tabelas, gráficos e planilhas referentes às alíneas **a** e **b** do subitem 4.1.1.4.
- 4.3. A critério da CMVC, a campanha publicitária da Proposta vencedora poderá ou não vir a ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do contrato.
5. **PROPOSTA DE PREÇOS** (Envelope n.º 4)
- 5.1. A Proposta de Preços deverá ser apresentada de conformidade com o estabelecido no Anexo III.
6. **DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**
- 6.1. Somente as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnica e de Preços, apresentarão os documentos relativos à habilitação, consistentes em:
- 6.1.1. **Habilitação Jurídica**
- a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social devidamente registrado, e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, no caso de sociedades por ações;

- b) inscrição do ato constitutivo em Cartório de Registro de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civís, acompanhada de prova da diretoria em exercício.

6.1.2. Regularidade Fiscal

- a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ(MF);
- b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes municipal, relativa à sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta Concorrência;
- c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;
- d) Certidão Negativa de Débito expedida pela Secretaria da Fazenda do Município em que estiver localizada a sede da licitante;
- e) Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social – CND, em vigor na data de apresentação dos documentos de habilitação;
- f) Certificado de Regularidade de Situação junto ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS, em vigor, na data de apresentação dos documentos de habilitação.

- 6.1.2.1. As certidões que não apresentarem prazo de validade, serão consideradas válidas pelo prazo de noventa dias, contados da data da respectiva emissão.

6.1.3. **Qualificação Técnica:** três declarações, expedidas por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta Concorrência.

6.1.4. **Qualificação Econômico – Financeira**

a) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta;

b) certidão negativa de falência, concordata, de execução patrimonial expedida pelo distribuidor da sede do licitante;

c) a boa situação financeira de todas as licitantes classificadas será avaliada pelos Índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), iguais ou maiores que 1 (um), resultantes da aplicação das fórmulas abaixo, com os valores extraídos de seu balanço patrimonial:

$$LG = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE} + \text{REALIZÁVEL A LONGO PRAZO}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIGÍVEL A LONGO PRAZO}}$$

$$SG = \frac{\text{ATIVO TOTAL}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIGÍVEL A LONGO PRAZO}}$$

$$LC = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE}}$$

PASSIVO CIRCULANTE

d) a licitante, que apresentar índice econômico igual ou inferior a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente, deverá comprovar que possui capital social mínimo ou patrimônio líquido mínimo de 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação.

6.1.4.1. Sob pena de inabilitação, os documentos apresentados deverão estar:

a) em nome da licitante e com o n.º do CNPJ e endereço respectivo;

b) todos em nome da matriz ou todos em nome da filial, exceto aqueles que só possam ser fornecidos pela matriz;
e

c) não serão aceitos documentos cujas datas estejam rasuradas.

6.1.5. A não apresentação de qualquer um dos documentos exigidos, implicará na imediata inabilitação da empresa, e conseqüente desclassificação do pleito.

7. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

7.1. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por uma Subcomissão Técnica, que não poderá participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes n.ºs 1 e 3, de caráter público.

7.2. A **CPL** receberá os envelopes com as Propostas Técnica e de Preços, no local, dia e horário determinados neste Edital.

- 7.2.1. Os envelopes n.º 1, fornecidos pela **CPL**, somente serão por ela recebidos, se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.
- 7.2.2. A **CPL** não lançará nenhum código, sinal ou marca nos envelopes padronizados, não identificados, que contém o Plano de Comunicação Publicitária (envelope n.º 1).
- 7.3. A **CPL** abrirá os envelopes n.ºs 1 e 3 em sessão pública, franqueando o exame dos documentos dele constantes aos presentes. Em seguida, encaminhará os envelopes n.ºs 1 e 3 à Subcomissão Técnica para análise e julgamento.
- 7.4. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, prevista na cláusula 9, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta:
- 7.4.1. Plano de Comunicação Publicitária.
- 7.4.1.1. Raciocínio Básico – acuidade de compreensão:
- a) das características da CMVC e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
 - b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CMVC com seus públicos;
 - c) do papel da CMVC no atual contexto social, político e econômico;
 - d) do problema específico de comunicação da CMVC.
- 7.4.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CMVC e a seu problema específico de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CMVC com seus públicos;
- d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do problema específico de comunicação da CMVC;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;
- g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a CMVC e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos da CMVC e a verba disponível.

7.4.1.3. Idéia Criativa

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação da CMVC;
- b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

- c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) sua pertinência às atividades da CMVC e à sua inserção na sociedade;
- g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) a exeqüibilidade das peças;
- i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

7.4.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos ;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da CMVC;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

7.4.2. Capacidade de Atendimento

- a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;

- b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária da CMVC, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;
- c) a estrutura operacional disponível **na cidade-sede** da entidade durante a execução do contrato e a qualidade dos profissionais estabelecidos **na cidade** da entidade;
- d) a operacionalidade do relacionamento entre a CMVC e a licitante, esquematizado na Proposta;
- e) a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da CMVC, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

7.4.3. Repertório

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

7.4.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

7.5. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de **cem** pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

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

- a) Plano de Comunicação Publicitária (**sessenta e cinco**):
 - a1) Raciocínio Básico - **dez**
 - a2) Estratégia de Comunicação Publicitária – **vinte**
 - a3) Idéia Criativa – **vinte e cinco**
 - a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia – **dez**

- b) Capacidade de Atendimento - **quinze**
- c) Repertório - **dez**
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – **dez.**

7.5.2. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica.

7.5.2.1. Se, na avaliação de um quesito ou subquesito, a diferença entre a maior e a menor pontuação for maior que 20% da pontuação máxima do quesito ou subquesito, será aberta discussão entre todos os membros da Subcomissão para apresentação, por seus autores, das justificativas das pontuações “destoantes”. Caso as argumentações não sejam suficientes ao convencimento dos membros da Subcomissão, os autores reavaliarão suas pontuações.

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

7.5.3. A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

- 7.5.4. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota.
- 7.6. Será desclassificada a Proposta que:
- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
 - b) não alcançar, no total, a nota mínima de **oitenta** pontos;
 - c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens **7.4.1.1 a 7.4.1.4 e 7.4.2. a 7.4.4.**
- 7.7. Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens **7.4.1, 7.4.2, 7.4.3 e 7.4.4.**
- 7.8. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela **CPL**, cuja data será divulgada na forma do item 11 e para o qual serão convidadas todas as licitantes.
- 8. VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**
- 8.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.
- 8.2. Será desclassificada:
- a) a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;
 - b) a proposta que não atenda às exigências do ato convocatório da licitação.
- 8.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o **Anexo III**, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/93, não será aceito:

- a) desconto inferior a 10 % (dez por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante;
- b) percentual de honorários superior a 15 % (quinze por cento), incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários cuja distribuição **não** proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/65;
- c) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual.

8.4. A **CPL** atribuirá pontos para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	Pontos (N)
Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia	$N = 1,0 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos	$N = 6,0 \times (15,0 - \text{Honorários})$

veículos de divulgação	
Percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual	$N = 3,0 \times (10,0 - \text{Honorários})$

Observação: para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos **desconto** e **honorários** serão substituídos nas fórmulas da coluna **Pontos** pelas respectivas percentagens que constarem da Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, apresentada pelas licitantes, sem o símbolo “%”.

- 8.4.1. A nota de cada Proposta de Preços será obtida mediante a soma dos pontos dos quesitos constantes da tabela referida no subitem **8.4**.
- 8.4.2. A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.
- 8.4.2.1. Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente: o menor percentual de honorários referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição **não** proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores; o menor percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços realizados por

fornecedores; o maior percentual de desconto sobre os custos internos.

8.5. Quando todas as licitantes forem desclassificadas, a **CPL** poderá fixar o prazo de oito dias úteis para apresentação de novas Propostas escoimadas das causas que ensejaram a desclassificação.

9. **SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

9.1. A Subcomissão Técnica será constituída por três membros formados em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma destas áreas, sendo que, no mínimo, 1/3 (um terço) deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com a **CMVC**.

9.2. A escolha nos membros da Subcomissão Técnica se dará por sorteio, realizado em sessão pública, cuja data, local e hora serão divulgados com anterioridade, pela **CPL**.

9.2.1. O sorteio será realizado entre os nomes de profissionais previamente cadastrados, que comporão uma lista que será publicada na imprensa oficial, com prazo mínimo de 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

9.2.2. A lista a que se refere o subitem 9.2.1, deverá ter, no mínimo, nove nomes, dos quais, três não podem manter vínculo algum com a CMVC.

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

9.2.4. O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de

acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a CMVC.

10. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

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

10.1.1. Serão realizadas cinco reuniões públicas, observados os procedimentos previsto neste Edital e na legislação em vigor.

10.1.2. Serão lavradas atas circunstanciadas de todas as reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da CPL ou da Subcomissão, conforme o caso, e pelos representantes das licitantes presentes.

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

10.1.4. A **CPL** poderá em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem disponível para a realização dos serviços objeto desta Concorrência.

10.1.5. A **CPL** poderá, no interesse da CMVC, relevar omissões puramente formais nas Propostas apresentadas pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela **CPL**.

- 10.1.6. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.
- 10.1.7. Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a **CPL** ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.
- 10.1.8. A **CPL** poderá alterar as datas ou as pautas das reuniões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.
- 10.2. A primeira fase da primeira reunião pública será realizada no local, dia e hora previstos no preâmbulo deste Edital e terá basicamente a seguinte pauta:
- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 3.2;
 - b) receber os envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
 - c) conferir se os envelopes nº 1 apresentam em sua parte externa alguma menção que identifique a empresa licitante, ocorrência que impedirá a Comissão de receber também, todos os seus demais envelopes;
 - d) abrir os envelopes nº 1 e 3.
- 10.2.1. O presidente da **CPL** solicitará aos representantes das licitantes, ou a uma comissão por eles nomeada, que rubriquem todas as folhas contidas nos Invólucros nº 1 e 3 e formulem, se for o caso, impugnações relativamente à documentação ou protestos quanto ao transcurso desta Concorrência, para que constem da ata da reunião.

- 10.3. Em ato contínuo, a **CPL** encaminhará os envelopes n.ºs 1 e 3, que compõem a Proposta Técnica, para análise e julgamento pela Subcomissão Técnica.
- 10.3.1. A análise será individualizada e o julgamento do Plano de Comunicação Publicitária feito dentro do estabelecido no presente Edital, observados os critérios por ele fixados.
- 10.3.1.1. A Subcomissão Técnica elaborará as planilhas com as pontuações de cada um de seus membros e planilha totalizadora correspondente à soma da pontuação atribuída aos quesitos e subquesitos;
- 10.3.1.2. A Subcomissão Técnica desclassificará as Propostas Técnicas que não atenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no Edital;
- 10.3.1.3. Incumbirá à Subcomissão Técnica a elaboração da ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária (envelope n.º 1) e encaminhamento à **CPL**, juntamente com as Propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que fundamentaram cada caso;
- 10.3.1.4. De igual forma a Subcomissão Técnica procederá com relação aos materiais contidos no envelope n.º 3, encaminhados à **CPL** de forma idêntica à indicada no subitem 10.3.1.3.
- 10.3.2. A apuração do resultado geral das Propostas Técnicas, ocorrerá em sessão pública, observados os seguintes procedimentos:
- a) abertura dos envelopes n.º 2, contendo a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária;

- b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para determinação de sua autoria;
 - c) elaboração de planilha geral da Proposta Técnica (envelope n.º 1 + envelope n.º 3), registrando-se em ata a ordem de classificação e as propostas desclassificadas;
 - d) publicação do resultado do julgamento da Proposta Técnica, com indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, abrindo prazo para interposição de recurso nos termos do art. 109, inc. I, “b” da Lei n.º 8.666/93.
- 10.3.3. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local para abertura dos envelopes n.º 4, em sessão pública, contendo a Proposta de Preços.
- 10.3.4. Abertos os trabalhos de julgamento das Propostas de Preços, serão observados os procedimentos abaixo:
- a) abertura dos envelopes n.º 4, cujos documentos serão rubricados pelos membros da **CPL** e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por elas indicada;
 - b) examinar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas neste Edital, para elaboração das Propostas de Preços e julgá-las;
 - c) identificar a proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado, aos representantes das licitantes presentes;

- d) realizar com a licitante mais bem classificada na fase de Proposta Técnica – caso não tenha ela apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista no art. 46, §1º, inc. II da Lei n.º 8.666/93, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;
- e) realizar procedimento idêntico, no caso de impasse na negociação anterior, sucessivamente, com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação;
- f) declarar vencedora desta Concorrência, a licitante mais bem classificada na Proposta de menor preço, ou que concordar em praticar o menor preço ofertado pelas licitantes classificadas;
- g) publicação do resultado final, por ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, nos termos do que dispõe o art. 109, inc. I, “b”, da Lei n.º 8.666/93.

10.3.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a **CPL** convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para apresentação, na data, local e hora designados, do envelope n.º 5, contendo os Documentos de Habilitação.

10.3.5.1. No local, data e hora estabelecidos, a **CPL**, em sessão pública, receberá os envelopes n.º 5 e os abrirá, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação de regência e no presente Edital.

- 10.3.5.2. Se os Documentos de Habilitação da licitante classificada em primeiro lugar no julgamento final, atenderem ao quanto exigido, ela será declarada habilitada e, em decorrência, vencedora da licitação.
- 10.3.5.3. Caso a primeira classificada no julgamento final seja inabilitada, serão abertos sucessivamente, os envelopes n.º 5 das demais licitantes classificadas, por ordem de classificação, até encontrar aquela que tenha os Documentos de Habilitação satisfatórios, que será a vencedora do pleito.
- 10.3.5.4. A decisão quanto à habilitação ou inabilitação das licitantes deverá ser publicada, abrindo-se prazo para interposição de recurso nos termos do art. 11, inc. XIII da Lei n.º 12.232/10.
- 10.3.5.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o procedimento será homologado e adjudicado o objeto licitado à licitante vencedora, conforme estabelecido no art. 11, inc. XIV da Lei n.º 12.232/10.
- 10.3.6. Os envelopes das licitantes desclassificadas ou inabilitadas ficarão à disposição das mesmas por 30 (trinta) dias contados da data de encerramento da licitação. Decorrido este prazo sem que sejam retirados, a CMVC promoverá sua destruição.

11. **DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS**

11.1. A critério da **CPL**, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial da CMVC é obrigatória:

- a) nas reuniões de abertura de invólucros;
- b) no Diário Oficial da CMVC;

- c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

12. IMPUGNAÇÕES E RECURSOS ADMINISTRATIVOS

12.1. Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até 05 (cinco) dias úteis antes da data de recebimento dos envelopes, de segunda a quinta-feira, das 8:00 às 12:00 horas e das 14:00 às 18:00 horas; e na sexta-feira, 8:00 às 12:00 horas, na Rua Coronel Gugé n.º 150, na cidade de Vitória da Conquista/Ba.

12.2. Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a licitante que não o fizer até **dois dias úteis antes da data de recebimento dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preços**, mediante solicitação por escrito e protocolizada no endereço mencionado no subitem anterior.

12.2.1. Considera-se licitante para efeito do item anterior a empresa que tenha retirado o presente Edital junto à CMVC.

12.3. Eventuais recursos referentes à presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de cinco dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à **CPL**, no endereço mencionado no item **16.6**.

12.4. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de cinco dias úteis.

- 12.5. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a **CPL** poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de cinco dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) a autoridade superior, que decidirá em cinco dias úteis contados de seu recebimento.
- 12.6. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.
- 12.7. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos ou impugnações até o seu término, vista ao processo desta Concorrência, em local e horário a serem indicados pela **CPL**.
- 12.8. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a **CPL** motivadamente, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

13. **RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

- 13.1. As despesas com o contrato resultante desta concorrência, pelos primeiros doze meses, estão estimadas em R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais).
- 13.2. As despesas decorrentes da presente licitação correrão à conta dos recursos orçamentários, 3.3.9.0.39.00.000 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica.
- 13.3. A CMVC se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

14. CONDIÇÕES CONTRATUAIS

- 14.1. A licitante vencedora terá o prazo de 10 (dez) dias úteis contados a partir da data da convocação, para assinar o termo de contrato, conforme minuta constante do **Anexo IV**.
- 14.2. Caso a licitante vencedora se recuse a assinar o contrato no prazo acima estipulado, a CMVC poderá, a seu critério, convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação final, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas na proposta de menor preço, ou revogar esta Concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/93.
- 14.3. Se a licitante vencedora se recusar a assinar o contrato, a CMVC lhe aplicará multa compensatória de 10% (dez por cento), calculada sobre o valor total estimado da contratação, além de poder aplicar-lhe outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/93.
- 14.3.1. O disposto no item anterior não se aplica às licitantes convocadas na forma do item 14.2.
- 14.4. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de doze meses, contados a partir do dia da sua assinatura.
- 14.4.1 Esse prazo poderá ser prorrogado, a juízo da CMVC, mediante acordo entre as partes, por até quatro períodos iguais e sucessivos, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/93.
- 14.5. A CMVC poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à contratada qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei nº 8.666/93 e no contrato a ser firmado entre as partes, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.

- 14.6. Será da responsabilidade da contratada o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.
- 14.7. Obriga-se também a contratada por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato que vier a ser assinado.
- 14.8. A contratada deverá prestar esclarecimentos, à CMVC, sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam, independentemente de solicitação.
- 14.9. É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente Concorrência para qualquer operação financeira.
- 14.10. A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas nesta concorrência.

15. **REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS**

- 15.1. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das cláusulas 8 e 9 da minuta do contrato, consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços ou, quando for o caso, de acordo com os preços negociados na forma prevista no subitem 10.3.4, “d”.
- 15.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da cláusula 11 da minuta do contrato.
- 15.3. O pagamento será efetuado mediante depósito em conta corrente bancária a ser indicada pela licitante vencedora.

15.3.1. Os custos e as despesas de veiculação apresentados à CMVC para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao Veículos, de sua tabela de preços, dos pedidos de inserção correspondentes, bem como do relatório de checagem.

15.3.2. As Notas Fiscais/Faturas devem ser emitidas pelos Veículos e Fornecedores contra a CMVC, aos cuidados da licitante vencedora, e conter no histórico, a descrição completa do serviço prestado.

16. **DISPOSIÇÕES FINAIS**

16.1. Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada se a CMVC tiver conhecimento de fato desabonador à sua habilitação ou à sua classificação, conhecido após o julgamento.

16.2. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

16.3. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº 8.666/93.

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

16.5. Correrão por conta da CMVC as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Município de

Vitória da Conquista/Ba, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/93.

- 16.6. Esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela **CPL** desde que recebidos até cinco dias antes da data para a apresentação dos envelopes contendo as Propostas, exclusivamente mediante solicitação por escrito, protocolizada de segunda a quinta-feira, das 8:00 às 12:00 horas e das 14:00 às 18:00 horas; e na sexta-feira, das 8:00 às 12:00 horas, na Rua Coronel Gugé n.º 150, sala 401, no 4º Andar, na cidade de Vitória da Conquista/Ba.
- 16.7. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos apenas por escrito, se possível pelas mesmas vias, ressalvado que a **CPL** dará conhecimento das consultas e respostas às demais licitantes que retiraram o Edital, sem informar a identidade da licitante consulente, mediante divulgação no site da CMVC na internet, no endereço: <http://www.camaravc.ba.gov.br/v2/>.
- 16.8. Cópia deste Edital está disponibilizada no endereço eletrônico: <http://www.camaravc.ba.gov.br/v2/> e poderá ser retirado no endereço e horário indicado no item 16.6.
- 16.9. Integram este Edital os seguintes anexos:
- a) Anexo I: Briefing;
 - b) Anexo II: Modelo de Procuração;
 - c) Anexo III: Planilha de Preços Sujeitos a Valoração;
 - d) Anexo IV: Minuta de Contrato;
 - e) Anexo V: TABELAS SINAPRO - BAHIA

ANEXO I

BRIEFING

TEMA: MEMORIAL CÂMARA

As informações a seguir devem ser consideradas para a formulação das propostas técnicas.

O LEGISLATIVO E SEU PAPEL SOCIAL - A comunicação do Poder Legislativo Municipal baseia-se nos princípios de que é direito da população ser informada e é dever da Câmara informar. Essa comunicação deve vincular-se a objetivos sociais de interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social. É por meio da comunicação que as pessoas são informadas de como são conduzidos os trabalhos do Poder Legislativo Municipal e dos vereadores e qual a função dos mesmos perante a sociedade. Nesse sentido, a comunicação da Câmara cumpre importante função social de informar e aproximar a população da casa do povo. Assim, a comunicação social do Poder Legislativo Municipal tem como objetivos principais:

- a) disseminar informações sobre assuntos de interesse dos mais diversos segmentos sociais;
- b) estimular a sociedade a participar do debate e da definição de políticas públicas essenciais para o desenvolvimento do município;
- c) realizar ampla difusão dos direitos do cidadão e dos serviços colocados à sua disposição;
- d) explicar o trabalho realizado pelos parlamentares e a importância dos mesmos perante a sociedade.

OBJETIVO GERAL DA CAMPANHA

A comunicação institucional deve atuar como elemento facilitador da relação de parceria entre o Poder Legislativo Municipal e sociedade, reforçar os valores de

cidadania, diversidade racial, ética, transparência e inclusão social. A comunicação social deve dar visibilidade às ações sociais desenvolvidas pela casa, proporcionando coerência com os eixos estratégicos prioritários: Aproximar a população ao Memorial Câmara, em especial o público jovem, entre 16 e 20 anos de idade, matriculados na rede pública de ensino.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Levar o conhecimento a respeito da História de Vitória da Conquista a Comunidade Escolar;
- Aproximar a comunidade Escolar com personalidades do legislativo do passado e da atualidade;

METODOLOGIA

- Trazer Escolas públicas no 2º Semestre de 2017 ao espaço do Memorial Câmara;
- Desenvolver cartilha sobre a história da Câmara Municipal;
- Elaborar roteiro de visitas guiadas.

INFORMAÇÕES GERAIS

Vitória da Conquista é um município brasileiro do estado da Bahia. Sua população, conforme o IBGE, em 2012 era de 315.884 habitantes, o que a torna a terceira maior cidade do estado. Possui um dos PIBs que mais crescem no interior. Capital regional de uma área que abrange aproximadamente oitenta municípios na Bahia e dezesseis no norte de Minas Gerais. Tem a altitude média de 1.000 metros e possui uma área de 3.743 km². Vitória da Conquista tem um clima tropical de altitude devido a elevação da cidade, por isto, é uma das cidades de clima mais ameno das regiões Norte e Nordeste do país, registrando temperaturas inferiores a 10 °C em alguns dias do ano. O mês mais quente é março, com temperatura média de 21,8 °C, enquanto o mês mais frio é julho, com média de 17,8 °C. A pluviosidade média anual é de 734 mm, com estação seca de maio a setembro. A temperatura mínima no inverno pode chegar a 5 °C. "As chuvas de neblina" ou de "inverno", como são chamadas, concentram-se no

período de abril a setembro, já "as chuvas das águas" ou "de verão" (mais intensas e fortes) ficam concentradas de outubro a março.

História de Vitória da Conquista

O Arraial da Conquista foi fundado em 1783 pelo sertanista português João Gonçalves da Costa, nascido em Chaves em 1720, no Alto Tâmega, na região de Trás-os-Montes que com dezesseis anos de idade, foi para o Brasil ao serviço de D. José I, Rei de Portugal, com a missão de conquistar as terras ao oeste da costa da Bahia. Anteriormente já havia lutado ao lado do Mestre-de-Campo João da Silva Guimarães, líder da Bandeira responsável pela ocupação territorial do Sertão, iniciada em 1752. A origem do núcleo populacional está relacionada à busca de ouro, à introdução da atividade pecuária e ao próprio interesse da metrópole portuguesa em criar um aglomerado urbano entre a região litorânea e o interior do Sertão. Portanto, integra-se à expansão do ciclo de colonização dos fins do século XVIII.

Através da Lei Provincial N.º 124, de 19 de maio de 1840, o Arraial da Conquista foi elevado a Vila e Freguesia, passando a se denominar Imperial Vila da Vitória, com território desmembrado do município de Caetité, verificando-se sua instalação em 9 de novembro do mesmo ano. Em ato de 1º de Julho de 1891, a Imperial Vila da Vitória, passou à categoria de cidade, recebendo, simplesmente, o nome de Conquista. Finalmente, em dezembro de 1943, através da Lei Estadual N.º 141, o nome do Município é modificando para Vitória da Conquista. Juridicamente, o Município de Vitória da Conquista esteve ligado a Minas do Rio Pardo, depois, em 1842, ficou sob a jurisdição da Comarca de Nazaré.

Por Decreto N.º 1,392, de 26 de abril de 1854, passou a termo anexo à Comarca de Maracás e, posteriormente, à Comarca de Santo Antônio da Barra (atual Condeúba), até 1882, quando se transformou em Comarca. Até a década de 1940, a base econômica do município se fundava na pecuária extensiva. A partir daí, a estrutura econômica e social entraria em um novo estágio, com o comércio ocupando um lugar de grande destaque na economia local. Em função de sua privilegiada localização geográfica, com a abertura da estrada Rio-Bahia (atual BR-116) e da estrada Ilhéus-Lapa, o município pode integrar-se às outras regiões

do estado e ao restante do país; e logo passou a polarizar quase uma centena de municípios do centro-sul da Bahia e norte de Minas.

O território onde hoje está localizado o Município de Vitória da Conquista foi habitado pelos povos indígenas Mongoiós, subgrupo Camacãs, Ymborés (ou Aimorés) e em menor escala os Pataxós. Os aldeamentos se espalhavam por uma extensa faixa, conhecida como Sertão da Ressaca, que vai das margens do alto Rio Pardo até o médio Rio das Contas. Os índios mongoiós (ou Kamakan), aimorés e pataxós pertenciam ao mesmo tronco: MacroJê. Cada um deles tinha sua língua e seus ritos religiosos. Os mongoiós costumavam fixar-se numa determinada área, enquanto os outros dois povos circulavam mais ao longo do ano. Os aimorés, também conhecidos como Botocudos, tinham pele morena e o hábito de usarem um botoque de madeira nas orelhas e lábios - daí o nome Botocudo. Gostavam de pintar o corpo com extratos de urucum e jenipapo. Eram guerreiros temidos, viviam da caça e da pesca e dividiam o trabalho de acordo com o gênero, cabendo às mulheres o cuidado com os alimentos. Os homens ficavam responsáveis pela caça, pesca e a fabricação dos utensílios a serem utilizados nas guerras. Já os pataxós não apresentavam grande porte físico.

Fala-se de suas caras largas e feições grosseiras. Não pintavam os corpos. A caça era uma de suas principais atividades. Também praticavam a agricultura. Há pouca informação a respeito dos Pataxós. Os relatos afirmam que os Mongoiós ou Kamakan era donos de uma beleza física e uma elegância nos gestos que os distinguiam dos demais. Tinham o hábito de depilar o corpo e de usar ornamentos feitos de penas, como os cocares. Praticavam o artesanato, a caça e a agricultura. O trabalho também era dividido de acordo com os gêneros. As mulheres mongoiós eram tecelãs. A arte, com caráter utilitário, tinha importância para esse povo. Eles faziam cerâmicas, bolsas e sacos de fibras de palmeira que se destacavam pela qualidade.

Os mongoiós eram festivos, tinham grande respeito pelos mais velhos e pelos mortos. Aimorés, Pataxós e Mongoiós travaram várias lutas entre si pela ocupação do território. O sentido dessas lutas, porém, não estava ligado à questão da propriedade da terra, mas à sobrevivência, já que a área dominada era garantia de alimento para a comunidade.

História da Câmara Municipal de Vitória da Conquista

A história das Câmaras Municipais no Brasil tem início no ano de 1532, ainda no período colonial, quando Martim Afonso de Souza implementa o sistema administrativo na Vila de São Vicente. Seguindo o modelo de Portugal, as Câmaras Municipais foram os primeiros órgãos administrativos a serem criados, tais órgãos constituíam-se em instâncias locais de poder e reuniam funções políticas, administrativas, fazendárias, judiciais e policiais (MAPA, 2013).

A lei de 1º de outubro de 1828, também conhecida como Regimento das Câmaras Municipais, além de definir a forma de organização e o funcionamento destes órgãos no Império, estabeleceu, em seu artigo 24, que as Câmaras seriam corporações meramente administrativas, não exercendo jurisdição contenciosa. O caráter administrativo atribuído às Câmaras Municipais em 1828 se verifica até os dias atuais, é o que observamos quando consideramos que além da competência legislativa suplementar do município exercida pela Câmara, cabe também a esta dar posse tanto aos vereadores quanto ao chefe do poder Executivo, sendo, inclusive, fiscal de seus atos.

A Câmara Municipal do, agora, Município de Vitória da Conquista, tomou posse em 09 de novembro de 1840, oportunidade em que se deu a instalação da Imperial Vila da Vitória.

A sessão de instalação da Imperial Vila da Vitória e de sua Câmara Municipal se deu numa das melhores residências que havia na localidade, a casa do Coronel Teotônio Gomes Roseira, a qual, tempos depois, foi adquirida pela prefeitura, passando a chamar-se “Paço Municipal”, onde veio a funcionar a Prefeitura, o Fórum e a Câmara Municipal. Naquele dia tomaram posse os primeiros vereadores eleitos, sejam eles: Manoel José Vianna; Joaquim Moreira dos Santos; Teotônio Gomes Roseira; Manoel Francisco Soares; Justino Ferreira Campos e Luiz Fernandes de Oliveira, este, primeiro presidente da Câmara Municipal de Vitória da Conquista (IVO, 1999). Segundo Viana (1985), após o mandato de Luiz Fernandes de Oliveira, não foram encontrados registros de outros presidentes do Conselho Municipal no período Imperial.

Ainda de acordo com o memorialista Viana (1985), no histórico 09 de novembro de 1840 os vereadores proferiram o seguinte juramento: “Juro aos Santos Evangelhos desempenhar as obrigações de Vereador desta Imperial Vila da Vitória, de promover o quanto em mim couber os meios de sustentar a felicidade pública”. Tal juramento foi deferido pelo então presidente da Câmara da Vila de Caitité, Joaquim Venâncio de Azevedo, quem sacramentou o ato de instalação da Câmara Municipal da Imperial Vila da Vitória.

A efervescência política da Cidade de Conquista, centrada no monopólio do Cel. Gugé possibilitou a eleição de muitos de seus partidários, inclusive, a de seu genro, João de Sá Barreto, eleito para o cargo de Intendente, o qual governou o município no biênio 1906/1907; depois tal força política foi responsável pela investidura do próprio Cel. Gugé no cargo de Intendente, tendo ele governado no período compreendido entre janeiro de 1912 e dezembro de 1915, sendo, em seguida, sucedido pelo seu genro Leôncio Sátyro dos Santos Silva, que assumiu o governo em 1º de janeiro de 1916, mas, logo após a morte de seu sogro em 1918, viu-se obrigado a renunciar já em 03 de janeiro de 1919, antes mesmo de completar o mandato de 4 anos, em virtude da pressão dos Meletes.

Ressalte-se que a imprensa foi uma importante aliada a ambos os grupos, de um lado, apoiando os Peduros tinha-se o semanário “A Palavra”, cujo redator, Manoel Fernandes de Oliveira (Maneca Grosso) , defendia a política do Cel. Gugé; do outro, o jornal o “Conquistense”, dirigido por Alziro Prates, que criticava duramente os adversários.

Deraldo Mendes reassumiu o cargo de Prefeito em 20 de julho de 1932 e seguiu governando até 1933, oportunidade em que Arlindo Mendes Rodrigues fora nomeado Prefeito por Juracy Magalhães. Em 1935, Arlindo Mendes, após desentender-se com seu partido (PSD) resolveu renunciar. Juracy Magalhães então nomeou Deraldo Mendes para o cargo de chefe do executivo, este reassumiu o poder até maio de 1936, quando assume a prefeitura Florentino Mendes de Andrade, após ser eleito nas eleições de janeiro de 1935.

O golpe político promovido por Getúlio Vargas em 1937 atingiu em cheio o Município de Conquista, seu então prefeito Florentino Mendes de Andrade perdeu o cargo, sendo, Joaquim Fróis de Caires Castro, nomeado seu substituto no dia 20 de novembro de 1937.

Com o golpe, houve a dissolução do Congresso Nacional e a Câmara Municipal de Vitória da Conquista, juntamente às demais Câmaras Municipais em todo o Brasil permaneceram em recesso de 1937 a 1946, nesse ínterim, a investidura no poder executivo em todo o país se deu mediante nomeação, sem qualquer participação das Câmaras Municipais, assim já em 1938, em Conquista tivemos a nomeação de Luiz Regis Pacheco Pereira para o cargo de Prefeito, quem governou o Município durante toda a vigência do Estado Novo.

Ocorre que, com a Constituição de 1946, foi restabelecido o princípio federativo com a garantia de autonomia para os Estados e Municípios, prevalecendo a independência dos três Poderes da União. O Poder Legislativo voltou ao cenário político brasileiro e as eleições passam a ser diretas em todos os níveis, garantida, inclusive, a liberdade de organização partidária. Logo, a Câmara Municipal de Vitória da Conquista retomou plenamente suas funções legislativa, administrativa e fiscalizadora.

É válido lembrar que na história política conquistense, não raras foram as vezes que o Presidente da Câmara Municipal teve que assumir o governo do Município, seja no período Imperial ou Republicano. No período Imperial, mas precisamente em maio de 1896, tivemos o Presidente, Cel. Francisco Soares de Andrade, assumindo o cargo de Intendente na ausência do Cel. Lima Guerra, que, por motivo de viagem, precisou se afastar do Município; Já na República Velha (primeiro período republicano), foi o Presidente Cel. Francisco da Silva Costa, que, em 03 de janeiro de 1919, precisou assumir o governo Municipal, diante da renúncia do Intendente Leôncio Santos; Em 1º de janeiro de 1920 foi a vez do Presidente, Jesulindo de Oliveira, assumir o cargo de Intendente em virtude da extinção do primeiro Mandato do Cel. Ascendino dos Santos Melo, o qual assumiu o poder, logo após vencer o conflito entre Meletes e Peduros; Ainda na República Velha, já em novembro de 1922, o Presidente, Antônio Agripino da Silva Borges,

substituiu o Intendente Cel. Paulino Fonseca, logo após este renunciar ao cargo. Tais substituições também foram vivenciadas no segundo período Republicano. Já em 1958, o então Presidente, Nelson Gusmão Cunha, assumiu a Prefeitura em lugar do Prefeito, à época, Edivaldo de Oliveira Flores, para que este pudesse se candidatar ao cargo de Deputado Federal. Em 1960 foi a vez do Presidente Sr. Jorge Stolze Dias assumir eventualmente a Prefeitura durante o governo do Prefeito Gerson Gusmão Sales, que eleito, governou de 1958 à 1963. Em 1964, foi o Presidente Sr. Orlando da Silva Leite que assumiu o governo municipal por conta da cassação do mandato do Prefeito José Fernandes Pedral Sampaio pela Ditadura Militar.

A Ditadura Militar que se instalou após o golpe de 1964, promoveu no dia 06 de maio daquele ano, sob forte escolta policial e sem a presença do público, a realização de uma sessão extraordinária na Câmara de Vereadores, para cassar o mandato do prefeito José Fernandes Pedral Sampaio e suspender os seus direitos políticos. Na oportunidade, assumiu a chefia do Executivo, Orlando da Silva Leite (Presidente da Câmara).

Além de cassar o mandato do Prefeito Pedral Sampaio, a Ditadura Militar marcou fortemente o Legislativo de Vitória da Conquista, quando, num cenário de perseguições, torturas e desaparecimentos, promoveu o assassinato do vereador Péricles Gusmão Régis, que, no dia 12 de maio daquele mesmo ano, após ter sido recolhido por soldados, foi encontrado morto no quarto sanitário do Quartel da Polícia Militar.

Durante a Ditadura Militar, vários prefeitos tomaram posse, dentre eles Fernando Ferreira Espínola, que governou de abril de 1967 à abril de 1971, sendo substituído por Nilton Gonçalves, cujo mandato perdurou de abril 1971 a janeiro de 1973. De igual modo ocorreu com Jadiel Vieira Matos, que tomou posse em janeiro de 1973 e governou até janeiro de 1977. Em 1º de fevereiro de 1977 tomou posse o prefeito Raul Carlos de Andrade Ferraz. Seu mandato deveria terminar em janeiro de 1981, entretanto, o Presidente da República decretou em 1980 a prorrogação dos mandatos dos prefeitos e vereadores por mais dois anos.

Como Raul Ferraz, em 1982, se candidatou a Deputado Federal, Gildásio Cairo concluiu o restante do mandato que teve fim em 1983.

Nas eleições de 1982, com a Ditadura Militar já no fim, mais uma vez Pedral Sampaio foi eleito, tendo ele tomado posse no dia 31 de janeiro de 1983 e governado até março de 1987, quando assumiu a pasta da Secretaria dos Transportes no Governo de Valdir Pires. Naquela oportunidade, o governo municipal ficou a cargo de Hélio Ribeiro, que governou de março de 1987 a agosto de 1988, época do retorno de Pedral. Em 1º de janeiro de 1989 foi a vez da Câmara Municipal dar posse ao sucessor de Pedral Sampaio, Murilo Mármore, que assumiu a Prefeitura governando até 1992. Nas eleições de 1992, Pedral Sampaio, mais uma vez, foi eleito e reassumiu a Prefeitura no dia 1º de janeiro de 1993, tendo governado até 1996. Em janeiro de 1997, a Câmara Municipal deu posse ao Prefeito Municipal eleito, Guilherme Menezes (NUNES, 2005), desde então, o Partido dos Trabalhadores (PT) ganhou hegemonia nas sucessivas eleições municipais, mantendo a administração do Executivo em alternância entre os prefeitos Guilherme Menezes (Mandatos: 1997-2000; 2001-2002; 2009-2012; 2013-2016) e José Raimundo Fontes (Mandatos: 2002-2004; 2005-2008). Nas eleições de outubro deste ano (2016), já em segundo turno, vence o candidato a prefeito Herzem Gusmão, do PMDB.

O fato é que, somente com o fim da Ditadura Militar e a promulgação da Constituição Cidadã, Carta Magna de 1988, o povo brasileiro teve seus direitos restituídos e garantidos, voltando a haver liberdade para o povo e seus representantes políticos.

Em 20 de agosto de 2013, também em audiência pública, a Câmara simbolicamente restituiu ao ex-prefeito Pedral Sampaio o mandato de Prefeito que lhe foi usurpado pela Ditadura Militar. Na mesma oportunidade prestou-se homenagem póstuma ao ex-vereador Pércles Gusmão Régis, foi instaurada a Comissão Municipal da Verdade, a fim de apurar violações de direitos humanos cometidas durante a Ditadura Militar, e, sancionada a lei 1.920/13 que instituiu o dia 06 de maio como o “Dia da Memória” em Vitória da conquista.

Assim, a Câmara Municipal de Vitória da Conquista segue desenvolvendo um trabalho democrático enquanto órgão representante do povo, atuando de forma transparente no seu papel legislativo, administrativo e fiscalizador dos atos do poder Executivo.

Cumprido destacar que, desde sua criação, a Câmara Municipal vem desempenhando importante papel no decorrer da história política-social do Município de Vitória da Conquista, isso se faz notório seja na elaboração de importantes leis tais como a Lei nº61/64 que criou o primeiro departamento de Saúde Pública e Assistência Social no Município; Lei nº 101/76 que criou o primeiro Conselho Municipal de Educação; Lei nº 528/90, “Lei Orgânica do Município de Vitória da Conquista”; Lei nº 632/92 que criou o primeiro Regime Jurídico dos Servidores Públicos Municipais; Lei 691/92 que criou a Secretaria municipal do Meio ambiente; Resolução 48/2008, “Regimento Interno da Câmara Municipal de Vitória da Conquista”, dentre tantas outras leis, decretos e resoluções; seja quando acompanhou de perto a quebra do monopólio do sistema de transporte coletivo na cidade, já em meados de 1997.

Há de se considerar também a iniciativa feminina na participação política conquistense a qual se fez notar ainda na República Velha, quando, por exemplo, foi determinante para por fim à Guerra entre Meletes e Peduros, já que, não fosse a intercessão das ilustres senhoras Laudicéia Gusmão, Henriqueta Prates dos Santos, Eufrosina Freitas Trindade e Joana Angélica Santos, para que a luta cessasse, o saldo de mortos na guerra certamente teria sido bem maior. Em 1936, Jeny Fernandes de Oliveira Rosa, mais conhecida como Dona Zaza, foi a primeira mulher a assumir uma cadeira na Câmara Municipal. Em 1975, a Casa elegeu Ilza Vianna Matos, sua primeira presidente mulher. Em 1990 foi Carmen Lúcia, que elegeu-se suplente de vereador, chegando a assumir o cargo por várias vezes. Carmem Lúcia foi pioneira ao implantar a primeira Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA) do município. O plenário da Câmara leva o seu nome, em homenagem ao trabalho desempenhado na Casa. Outras vereadoras também são exemplo da participação feminina no Poder Legislativo municipal, dentre elas: Lúcia Rocha, Irma Lemos e Lygia Matos.

Atualmente, indo além de suas funções típicas, entendendo o caráter social de sua atuação, preocupada com a preservação e difusão da memória conquistense, a Câmara implementa o projeto “Memorial da Câmara”, um espaço voltado para os diversos públicos, cujo objetivo é aproximar o povo conquistense de sua memória histórica, através de ações que evidenciam a importância da memória da cidade num contexto da história local, estadual e nacional.

Hoje, a câmara municipal de Vitória da Conquista conta com um total de 21 parlamentares, que dentre suas diversas funções, trabalham em prol do desenvolvimento urbano e rural do município, buscando, junto aos órgãos competentes, melhorias para a população em geral. Esses vereadores hoje, se dividem em comissões para um trabalho mais rápido e resultados eficientes em torno das demandas apresentadas pela população.

Existem nessa atual gestão, 13 comissões que trabalham, tanto com procedimentos internos da casa quanto com ações voltadas diretamente para a população. Dentre essas destacam-se as comissões de Saúde e Assistência Social, Direitos Humanos, Cidadania e Defesa da Mulher e Proteção e Defesa do Consumidor, que trabalham diretamente com a população local.

SOBRE A CAMPANHA

1. Histórico

a. Qual o contexto de recepção para essa campanha?

O trabalho realizado pelo Legislativo conquistense é de fundamental importância para o desenvolvimento de Vitória da Conquista. Além das ações promovidas pelo mandato dos vereadores, a Câmara possui 13 comissões permanentes, que atuam em diversas áreas como saúde, educação, serviços públicos, defesa do consumidor, direitos humanos, meio ambiente, avaliação jurídica de projetos de lei, dentre outras.

Nas sessões ordinárias e especiais; audiências públicas e reuniões das comissões, os parlamentares discutem, com os mais variados segmentos da

sociedade, temas importantes para o município, como o resultado dos debates que acontecem no Legislativo, os vereadores, em conjunto com a sociedade, apresentam propostas de políticas públicas que melhorem a vida da população em seus mais diversos aspectos.

A comunicação é fator fundamental nas relações humanas. Quando se trata de órgãos e instituições públicas, a comunicação assume um papel ainda maior. Informar ao cidadão as ações da Câmara Municipal e dar visibilidade ao trabalho dos parlamentares é primordial para que a população acompanhe as ações de cada vereador.

Como pressupostos norteadores do trabalho da Mesa Diretora para o biênio 2017-2018, destacamos a ampliação das ações que incentivem a participação da população nos trabalhos da Câmara; a criação de projetos que fomentem a cultura local e regional; as sessões itinerantes na zona rural, o projeto “Memorial Itinerante”, que vai levar um pouco da história do Legislativo municipal à alunos da rede pública de ensino, entre outros.

O objetivo principal da política de comunicação da Câmara, portanto, é tornar acessível ao cidadão, principalmente os mais jovens (16 a 20 anos de idade) as informações sobre o trabalho do Legislativo e seu histórico. Tal comunicação tem a obrigação de ser clara, objetiva e educativa, visando a aproximação entre população e Câmara Municipal, destacando, principalmente, o papel do jovem junto ao Legislativo municipal.

b. Essa campanha tem histórico de comunicação on-line ou off-line? Qual?

Já faz alguns anos que a Câmara Municipal realiza de forma estruturada e de forma continuada, divulgação em televisão, rádio, impressos e internet, dos atos legislativos.

2. Produto:

a. Descrição do produto ou serviço:

As agências participantes da licitação deverão apresentar uma campanha simulada de divulgação do Memorial da Câmara Municipal, envolvendo mídias sociais, impressos, rádio e TV, além da elaboração de um roteiro de visitas guiadas ao memorial, com o desenvolvimento de uma cartilha sobre a casa legislativa para distribuição nestas visitas guiadas.

b. Benefício

A ideia é ampliar as possibilidades de acesso às informações, alcançando, principalmente o público jovem. A campanha deve nortear-se pelos conceitos de inovação, dinamismo, transparência, participação popular e benefícios dos trabalhos desenvolvidos pelo Legislativo para o público determinado.

3. Público alvo

a. Qual nosso público?

Alunos de escolas públicas da cidade com idade entre 16 e 20 anos de idade.

b. Quem são os influenciadores?

A Mesa Diretora que ordena a administração e ações legislativas da Casa.

c. Quem são os formadores de opinião?

Vereadores, Professores, imprensa e cidadãos.

d. A quem iremos dirigir a comunicação?

Escolas públicas do município, professores, pais de alunos, alunos e vereadores.

4. Objetivos de marketing

a. Quais são os objetivos quantitativos?

Ampliar a participação do jovem no dia a dia da Casa Legislativa, além de tornar público e de conhecimento do povo o trabalho desenvolvido pelos parlamentares.

b. Quais são os objetivos qualitativos?

Por meio da promoção de cidadania, nos atos legislativos (aprovação de projetos municipais e leis), construir de forma coletiva uma Vitória da Conquista mais justa e igualitária.

5. Objetivos de comunicação

- Qual o nosso objetivo? (Institucional, educativo, lazer, captação de fundos?)

Primeiro, informar e prestar conta a sociedade; segundo, conscientizar e educar os jovens sobre a importância de um legislativo forte e participativo.

6. Projeto

a. Quais peças (formatos) devemos criar?

Impressos (informativos, outdoor etc), peças para web (sites, blogs, facebook, instagram, etc), spots de rádio, filmes para televisão.

b. Temos algum material de referência / textos?

() Sim

(x) Não

c. Se sim, devemos seguir essa referência?

() Não

() Somente texto

() Somente layout

() Adaptação fiel

d. O que devemos criar, um conceito novo ou adaptação?

Peças que apresentem a importância da Casa Legislativa aproximar o público alvo (jovens), para o desenvolvimento da cidade e que façam menção aos aspectos da construção coletiva/participação popular e ações voltadas para a população.

e. Em que mídias essa campanha será veiculada? Alguma deverá ser priorizada?

TV, rádio, outdoors, internet entre outros.

7. Tom da comunicação

a. Qual o tom da comunicação do projeto (agressivo, racional, educativo, dinâmico etc.)?

Dinâmico, educativo e informativo.

8. Cronograma

- Qual é o prazo?

() Devemos seguir o cronograma normalmente

(x) Devemos imprimir urgência

9. Período

- Qual o período de veiculação do projeto?

60 dias

10. Investimento

R\$ 20.000,00 (vinte mil reais)

11. Palavras-chave

Câmara Municipal / Vitória da Conquista / Cidadania / Promoção / Construção / Futuro / Transparência / Seriedade / Inovação / Dinamismo / Participação Popular/Jovens /Escolas Públicas

DESENVOLVIMENTO

1. Descrição e análise da situação geral
(desenvolver)
2. Descrição e análise da situação específica
(desenvolver)
3. Objetivos institucionais
(desenvolver)
4. Estrutura da Municipalidade
(desenvolver)
5. Problemas detectados na comunicação
(desenvolver)
6. Outras informações relevantes
(desenvolver)

ANEXO II MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

Qualificação (nome, endereço, nome empresarial, etc.)

Outorgado

O representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na Concorrência 001/2017

Poderes

Apresentar propostas e, se for o caso, documentação, participar de sessões públicas de abertura de propostas e documentos de habilitação, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

.....-.....de de 2017

EMPRESA

CARGO E NOME

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

ANEXO III

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

- a) desconto a ser concedido à CMVC, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia: ____ % (_____ por cento);
- b) honorários, a serem cobrados da CMVC, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários cuja distribuição **não** nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação: ____ % (_____ por cento);
- c) honorários, a serem cobrados da CMVC, incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual: ____ % (____ por cento).

..... -....., de.....de 2017

(nome da licitante)

Representante legal

ANEXO IV
MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS ENTRE A CÂMARA MUNICIPAL DE VITÓRIA DA CONQUISTA E A (razão social da licitante vencedora).

Concorrência nº 001/2017

Contrato nº...../2017

CONTRATANTE: CÂMARA MUNICIPAL DE VITÓRIA DA CONQUISTA, com sede na Rua Coronel Gugé, n.º 150, em Vitória da Conquista, estado da Bahia, inscrita no CNPJ (MF) sob o n.º 14.645.717/0001-03, neste ato representada pelo Presidente, Vereador Hermínio Oliveira Neto, brasileiro, casado, portador da Cédula de Identidade RG n.º. 9370202-73, SSP/BA, inscrito no CPF/MF sob o n.º. 087.853.255-20, residente e domiciliado nesta cidade de Vitória da Conquista, doravante designada **CONTRATANTE**.

CONTRATADA: (razão social da licitante vencedora), com sede na _____, n.º _____, na cidade de _____, estado de _____, inscrita no CNPJ(MF) sob o n.º _____, neste ato representada por _____, portador da cédula de identidade RG n.º _____, expedida pela _____, inscrito no CPF(MF) sob o n.º _____, doravante designada **CONTRATADA**.

RESOLVEM celebrar o presente Contrato, para prestação de serviços publicitários, a serem realizados na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário, mediante as cláusulas e condições seguintes:

1. **LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS**

1.1 O presente Contrato rege-se-á pelas disposições da Lei nº 4.680/65, da Lei nº 8.666/93, com modificações posteriores e da Lei n.º 12.232/10.

1.2 Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste Contrato e a ele se integram, o Edital da Concorrência 001/2017 e seus Anexos, bem como as Propostas apresentadas pela **CONTRATADA**.

2. **OBJETO**

2.1. A presente contratação destina-se à prestação de serviços publicitários previstos no item 2.2.

2.2. A prestação de serviços publicitários ora contratados, compreende:

- a) estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação;
- b) 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 nos quais serão difundidos os materiais e ações publicitárias, ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
- c) a produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- d) a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias,

visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

2.3 A **CONTRATADA** atuará por ordem e conta da **CONTRATANTE**, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/65, na contratação de:

a) fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, materiais e demais serviços conexos previstos no item 2.2, alíneas “a”, “b” e “c”;

b) veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários, sem qualquer restrição de mídia.

3. **VIGÊNCIA**

3.1 O presente Contrato terá duração de 24 (vinte e quatro) meses, contados da data de sua assinatura, podendo esse prazo ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, por igual e sucessivo período, nos termos do art. 57, inc. II da Lei n.º 8.666/93.

4. **RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

4.1 As despesas decorrentes deste Contrato, nos primeiros 24 (vinte e quatro) meses, estão estimadas em R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais).

4.2 As despesas referidas no item 4.1 correrão à conta dos recursos 3.3.9.0.39.00.000 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica.

4.3 Se a **CONTRATANTE** optar pela prorrogação do Contrato, consignará nos próximos exercícios, em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento das despesas previstas.

4.4 A **CONTRATANTE** se reserva o direito de, a seu exclusivo critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

5. **OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

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

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

5.1.2 Realizar - com recursos próprios e, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores e veículos - todos os serviços relacionados com o objeto deste Contrato, observadas as especificações estabelecidas pela **CONTRATANTE**.

5.1.3 A seu critério, a **CONTRATADA** poderá utilizar-se de sua matriz e/ou filiais para serviços de criação e de produção, bem como de outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições ora acordadas.

5.1.4 Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços objeto deste Contrato, admitida sua substituição por profissionais com experiência equivalente ou superior.

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

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

5.1.5.2 Serão transferidas à **CONTRATANTE**, as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as

bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.

- 5.1.6 Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, observadas as seguintes disposições:
- 5.1.6.1 Apresentar 03 (três) propostas obtidas entre pessoas jurídicas previamente cadastradas pela **CONTRATANTE**, nos termos do disposto no art. 14 da Lei n.º 12.232/10.
- 5.1.6.2 As propostas dos fornecedores serão coletadas, pela **CONTRATADA**, em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada pela **CONTRATANTE**, sempre que o fornecimento do bem ou serviço tiver valor superior a 0.5% (cinco décimos por cento) do valor total do Contrato.
- 5.1.6.3 Caso o fornecimento seja igual ou inferior a R\$ 16.000,00 (dezesesseis mil reais), a **CONTRATADA** está dispensada do procedimento previsto no subitem 5.1.6.2 deste Contrato.
- 5.1.6.4 Se não houver possibilidade de obter 03 (três) propostas de preços, a **CONTRATADA** deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.
- 5.1.7 Obter a aprovação prévia e expressa da **CONTRATANTE**, para autorizar despesas com produção, veiculação ou qualquer outra relacionada com este Contrato.
- 5.1.8 Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste Contrato, em qualquer hipótese, à prévia e expressa anuência da **CONTRATANTE**.

- 5.1.8.1 A contratação de serviços ou compra de material em empresas em que a **CONTRATADA** ou seus empregados tenham, direta ou indiretamente, participação societária ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar à **CONTRATANTE** este vínculo e obter sua aprovação.
- 5.1.9 As informações sobre a execução do Contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços e veículos, serão divulgados em site aberto pela **CONTRATANTE**, garantido o livre acesso por quaisquer pessoas.
- 5.1.9.1 A **CONTRATADA** inserirá as informações sobre valores pagos pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.
- 5.1.10 Entregar à **CONTRATANTE**, até o dia 15 do mês subsequente, um relatório de despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, este com os dados mais relevantes para uma avaliação do estágio em que se encontram.
- 5.1.11 Prestar esclarecimentos à **CONTRATANTE** sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a **CONTRATADA**, independentemente de solicitação.
- 5.1.12 Não caucionar ou utilizar o presente Contrato como garantia para qualquer operação financeira.
- 5.1.13 Manter, durante a execução deste Contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste.
- 5.1.14 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, se e quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

- 5.1.15 Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos por ela, em decorrência do objeto deste Contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
- 5.1.16 Apresentar, quando solicitado pela **CONTRATANTE**, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 5.1.17 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Contrato.
- 5.1.17.1 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a **CONTRATADA** adotará as providências necessárias no sentido de preservar a **CONTRATANTE** e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à **CONTRATANTE**, as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.
- 5.1.18. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste Contrato.

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

5.1.20 Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 05 (cinco) anos após a extinção do Contrato.

6. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

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

6.1.1 Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a **CONTRATADA**;

6.1.2 Comunicar, por escrito, à **CONTRATADA**, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de vinte quatro horas úteis;

6.1.3 Fornecer e colocar à disposição da **CONTRATADA** todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

6.1.4 Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

6.1.5 Notificar, formal e tempestivamente, a **CONTRATADA** sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste Contrato;

6.1.6 Notificar a **CONTRATADA**, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;

6.1.7 Abrir, na internet, um site próprio para divulgação das informações sobre a execução deste Contrato, conforme disposto no art. 16 e parágrafo único, da Lei n.º 12.232/10.

7. FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

7.1.1 A fiscalização dos serviços será exercida pelo gestor contratual, servidor devidamente designado pela **CONTRATANTE**, que terá poderes, entre outros, para notificar a **CONTRATADA** sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução deste Contrato.

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

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

7.3 A **CONTRATADA** adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a **CONTRATANTE**, e às expensas dos fornecedores e veículos por eles responsáveis.

- 7.4 A aprovação dos serviços executados pela **CONTRATADA** ou por contratados por ela diretamente, não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.
- 7.5 A **CONTRATADA** permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste Contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.
- 7.6 A **CONTRATADA** se obriga a permitir que a auditoria interna da **CONTRATANTE** e/ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à **CONTRATANTE**.
- 7.11 A **CONTRATANTE** realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela **CONTRATADA**, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços por ela praticada.
- 7.11.1 A avaliação semestral será considerada pela **CONTRATANTE** para aquilatar a necessidade de solicitar à **CONTRATADA** que melhore a qualidade dos serviços prestados; para decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente Contrato; para fornecer, quando solicitado pela **CONTRATADA**, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações.
8. **REMUNERAÇÃO**
- 8.1 Pelos serviços prestados, a **CONTRATADA** será remunerada da seguinte forma:

- 8.1.1 Honorários de % (por cento), incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por fornecedores, com a efetiva intermediação da **CONTRATADA**, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários cuja distribuição **não** proporcione à **CONTRATADA** o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, de que trata o subitem 9.1.
- 8.1.1.1 Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.
- 8.1.2 Honorários de % (por cento), incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços realizados por fornecedores, com a efetiva intermediação da **CONTRATADA**, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual.
- 8.1.2.1 Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.
- 8.1.3(..... por cento) dos valores previstos na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria **CONTRATADA**.
- 8.1.4 Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela **CONTRATADA**.

8.2 A **CONTRATADA** não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

8.3 Despesas com deslocamento de profissionais da **CONTRATADA**, ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da **CONTRATANTE**, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela **CONTRATADA**, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela **CONTRATANTE**.

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

9. **DESCONTO DE AGÊNCIA**

9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a **CONTRATADA** fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65.

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

10. **DIREITOS AUTORAIS**

10.1 A **CONTRATADA** cede à **CONTRATANTE** os direitos patrimoniais do autor das idéias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus

empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste Contrato.

- 10.1.1 O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas na Cláusula 8 deste Contrato.
- 10.2 Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a **CONTRATADA** solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela **CONTRATANTE**.
- 10.2.1 A **CONTRATADA** utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão/orçamento/Contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela **CONTRATANTE** em cada caso.
- 10.2.1.1 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela **CONTRATANTE** em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo% (por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.
- 10.2.1.1.1 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.
- 10.3 Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

- 10.4 A **CONTRATADA** se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e similares, que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:
- 10.4.1 Que a **CONTRATANTE** poderá solicitar, a qualquer tempo, pelo prazo de 5 (cinco) anos, cópias das imagens contidas no material bruto produzido, as quais deverão ser entregues em Betacam e em DVD, mediante ajuste dos custos envolvidos.
- 10.5.2 A cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à **CONTRATANTE**, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante a vigência deste Contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.
11. **CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**
- 11.1 O pagamento será efetuado mensalmente, mediante apresentação de Nota Fiscal/Fatura emitida pela **CONTRATADA**, acompanhada quando for o caso, das Notas Fiscais/Faturas emitidas pelos fornecedores e veículos em nome da **CONTRATANTE**, a/c da **CONTRATADA**.
- 11.2 O pagamento será efetuado mediante depósito bancário, devendo a **CONTRATADA** informar o Banco, Agência e o número da conta corrente em que deverá ser efetuado o crédito, o qual ocorrerá até o 5º dia útil, após aceitação das Notas Fiscais/Faturas da seguinte forma:
- 11.2.1 Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação, em até trinta dias após o mês de veiculação;

- 11.2.2 Produção e execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes, em até trinta dias após o mês de produção;
- 11.2.3 Outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos prazos ajustados por ocasião da solicitação de cada serviço.
- 11.3 Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados ao endereço a seguir, com antecedência mínima de dez dias da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação ao Contrato correspondente e a manifestação de aceitação do gestor contratual:
- 11.4 Será obrigatória a checagem no meio TV, referente às inserções feitas nas praças e veículos cobertos pelo Monitor Ibope na data da publicação do edital que deu origem a este Contrato.
- 11.5 Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a **CONTRATANTE**, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.
- 11.5.1 Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.
- 11.6 A **CONTRATANTE** não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

11.7 Os pagamentos a fornecedores e veículos serão efetuados, pela **CONTRATADA**, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela **CONTRATANTE**.

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

11.7.2 A **CONTRATADA** apresentará à **CONTRATANTE** um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos, até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento.

12. **SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

12.1 A inexecução parcial ou total das condições pactuadas, erro de execução ou mora na execução, sujeitará a **CONTRATADA** às seguintes penalidades:

- I. Advertência;
- II. Multa de 0,5 % (cinco décimos por cento) por dia de atraso, a contar do primeiro dia útil da data fixada para a entrega do serviço, calculada sobre o valor do serviço em atraso, até o máximo de 10 % (dez por cento);
- III. Multa de 5 % (cinco por cento), sobre o valor atualizado deste Contrato, cumulativa com as demais sanções, por infração a quaisquer outras de suas cláusulas.
- IV. Suspensão temporária de licitar e contratar com a CMVC pelo prazo de até 2 (anos) anos;

V. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a **CONTRATADA** ressarcir a **CONTRATANTE** pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada.

12.2 A critério da **CONTRATANTE**, as sanções previstas nos incisos "I", "IV" e "V" do item 12.1, desta cláusula, poderão ser aplicadas juntamente com as previstas nos incisos "II" ou "III", facultada a defesa prévia da **CONTRATADA**, no respectivo processo, no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

12.3 Aplicar-se-á advertência por faltas leves, assim entendidas como aquelas que não acarretarem prejuízos significativos ao objeto da contratação.

12.4 A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa, observando-se o procedimento previsto na Lei n.º 8.666, de 1993.

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

12.6 A multa deverá ser recolhida no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data do recebimento da comunicação pela **CONTRATADA**.

13. **RESCISÃO**

- 13.1 O presente Contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/93.
- 13.2 Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela **CONTRATANTE** e comprovadamente realizadas pela **CONTRATADA**, previstas no presente Contrato.
- 13.3 Em caso de cisão, incorporação ou fusão da **CONTRATADA** com outras agências de propaganda, caberá à **CONTRATANTE** decidir sobre a continuidade do presente Contrato.
- 13.4 A rescisão, por algum dos motivos previstos na Lei nº 8.666/93, não dará à **CONTRATADA** direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.
- 13.5 A rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da **CONTRATANTE**, a retenção dos créditos decorrentes deste Contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste ajuste, até a completa indenização dos danos.
14. **DISPOSIÇÕES GERAIS**
- 14.1 A **CONTRATADA** guiar-se-á pelo Código de Auto-regulamentação Publicitária, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.
- 14.2 A **CONTRATANTE** providenciará a publicação do extrato deste Contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial do

Município de Vitória da Conquista, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/93.

14.3 O presente Contrato poderá ser denunciado e, em consequência, encerrado unilateralmente pela **CONTRATANTE**, após decorridos cento e oitenta dias de sua vigência, mediante notificação por escrito à **CONTRATADA**, com antecedência mínima de sessenta dias.

14.4 Constituem direitos e prerrogativas da **CONTRATANTE**, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/93, que a **CONTRATADA** aceita e a eles se submete.

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

15. **CASOS OMISSOS**

15.1 Os casos omissos relacionados a este Contrato regular-se-ão pelos preceitos de Direito Público, aplicando-se-lhes, supletivamente, os princípios da teoria geral dos Contratos e as disposições de Direito Privado, na forma dos arts. 54 e 55, inciso XII, da Lei n.º 8.666, de 1993, bem como a legislação indicada no preâmbulo do presente Contrato.

16. **FORO**

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

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

..... - .. ,..... de de 2017

ANEXO V
TABELAS DO SINAPRO - BAHIA

➤ **INSTITUCIONAL**

PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO	VALOR(R)
Calendário Anual Institucional	36.417,36
Calendário Anual Promocional	18.304,01
Cases de Marketing / Midia / RP	25.549,35
Planejamento de Comunicação Municipal (capital)	22.880,01
Planejamento de Comunicação Municipal (interior)	9.963,48
Planejamento de Comunicação Estadual	28.600,02
Planejamento de Comunicação Regional	47.666,71
Planejamento de Comunicação Nacional	66.733,38

MARCA	VALOR(R) CRIAÇÃO	VALOR(R) FINALIZAÇÃO	VALOR(R) TOTAL	VALOR(R) REFORMULAÇÃO
Marca de empresa	7.189,35	4.792,90	11.982,26	5.991,13
Marca de produto	10.817,36	7.211,58	18.028,94	9.014,47
Marca de empreendimento imobiliário	1.277,86	851,91	2.129,77	1.064,88
Marca de eventos	1.877,90	1.251,93	3.129,83	1.564,92
Manual de identidade visual (por lâmina)	366,69	244,46	611,15	305,57
Marca de projeto	5.408,68	3.605,79	9.014,46	4.507,23
Selo Comemorativo	2.104,06	1.402,71	3.506,77	1.753,38

➤ **PRODUÇÃO GRÁFICA**

COMUNICAÇÃO EXTERIOR	VALOR(R) CRIAÇÃO	VALOR(R) FINALIZAÇÃO	VALOR(R) TOTAL
Balão	522,27	348,18	870,45
Outbus	1.091,52	727,68	1.819,20
Backbus	2.183,04	1.455,36	3.638,40
Banner	506,25	337,50	843,75
Inbus	873,22	582,15	1.455,36
Cartaz / Sanca metrô	1.645,67	1.097,11	2.742,78
Defensa	1.028,11	685,41	1.713,52
Empena	2.057,08	1.371,39	3.428,47
Envelopamento de veículo pequeno	1.634,24	1.089,50	2.723,74
Envelopamento de veículo médio	2.451,37	1.634,24	4.085,61
Envelopamento de veículo grande	3.595,34	2.396,89	5.992,23
Envelopamento de Trem/Metrô	5.752,54	3.835,03	9.587,57
Escada rolante	2.451,37	1.634,24	4.085,61
Faixa	319,99	213,32	533,31
Mobiliário Urbano	2.057,08	1.371,39	3.428,47
Outdoor	2.131,74	1.421,16	3.552,89
Outdoor Duplo	4.263,47	2.842,31	7.105,78
Outdoor Triplo	6.395,20	4.263,47	10.658,67
Painel All Type	399,99	266,66	666,65
Painel eletrônico	2.514,21	1.676,14	4.190,35
Painel / Frontlight / Backlight	2.617,06	1.744,71	4.361,77
Placa Sinalização	399,99	266,66	666,65
Porta de elevador	2.617,07	1.744,71	4.361,78
Pórtico	2.249,68	1.499,79	3.749,46
Tapume (por m²)	354,28	236,18	590,46
Taxidoor	1.091,52	727,68	1.819,20
Testeira	1.325,68	883,79	2.209,46
Totem	1.657,09	1.104,73	2.761,82

PAPELARIA	VALOR(R) CRIAÇÃO	VALOR(R) FINALIZAÇÃO	VALOR(R) TOTAL
Bloco de anotações	374,50	249,67	624,17
Cartão personalizado / agradecimento	374,50	249,67	624,17
Cartão de visita	374,50	249,67	624,17
Envelope	416,95	277,97	694,92
Formulário / Papel carta / Ofício	490,60	327,07	817,67
Pasta	528,38	352,25	880,63

IMPRESSOS	VALOR(R) CRIAÇÃO	VALOR(R) FINALIZAÇÃO	VALOR(R) TOTAL
Anexo Conta (por lâmina)	349,53	233,02	582,55
Book (por lâmina)	312,09	208,06	520,15
Calendário (por lâmina)	954,97	636,65	1.591,62
Capas (Caderno/Catálogo/Livro/CD/DVD/Etc.)	1.685,27	1.123,51	2.808,78
Cartão Comemorativo/Postal	1.335,72	890,48	2.226,20
Cartaz / Cartaz de mal	867,60	578,40	1.446,01
Cinta	787,42	524,95	1.312,37
Convite	1.116,23	744,15	1.860,38
Cupom/Ficha de inscrição	362,02	241,35	603,37
Diploma/Certificado	629,17	419,45	1.048,62
Encarte de Varejo (por lâmina)	1.304,52	869,68	2.174,20
Etiqueta/Tag	274,64	183,09	457,73
Folheto/Folder	3,01	2,01	5,02
Jornal Interno (por lâmina)	1.993,60	1.329,07	3.322,67
Livro Técnico/Manual/Catálogo/Cartilha (p/ lâmina)	656,94	437,96	1.094,90
Mala Direta /Panfleto/Fyler	919,42	612,95	1.532,37
Papel de Bandeja	368,26	245,51	613,77
Portfólio/Relatório (por lâmina)	1.994,86	1.329,90	3.324,76
Revista/Editorial (por lâmina)	786,45	524,30	1.310,75
Santinho / Praguinha	861,35	574,23	1.435,59

ANÚNCIO JORNAL	VALOR(R) CRIAÇÃO	VALOR(R) FINALIZAÇÃO	VALOR(R) TOTAL
Até 1/8 de página	654,71	436,47	1.091,18
Acima 1/8 até 1/4	978,74	652,49	1.631,23
Acima 1/4 até 1/2	1.300,91	867,27	2.168,18
Acima 1/2 a página	1.988,67	1.325,78	3.314,45
Página Dupla	3.731,71	2.487,81	6.219,52
Multipage	3.903,65	2.602,43	6.506,08

ANÚNCIO REVISTA	VALOR(R) CRIAÇÃO	VALOR(R) FINALIZAÇÃO	VALOR(R) TOTAL
Até 1/3 página	634,95	423,30	1.058,26
1/2 página	734,92	489,95	1.224,87
2/3 página	1.269,91	846,61	2.116,52
1 página	1.904,86	1.269,91	3.174,77
Página Dupla	3.555,74	2.370,50	5.926,24

➤ **PRODUÇÃO ELETRÔNICA**

AUDIOVISUAL	VALOR(R)
Spot (30")	2.633,14
Jingle (30")	4.208,52
Filme / VT Institucional (30")	6.963,82
Filme / VT Varejo (30")	3.577,43
VT Cartela Eletrônica	2.406,56
Vinheta de Assinatura / Patrocínio (por segundo)	280,16
Audiovisual / Documentário (por minuto)	2.594,25
Story Board (por quadro)	144,12
Texto Merchandising / Testemunhal	2.633,14

GRAVAÇÃO/EDITORIAÇÃO	VALOR(R) CRIAÇÃO	VALOR(R) FINALIZAÇÃO	VALOR(R) TOTAL
Gravação em Mídia Digital	-	-	68,64
Editoração de Tabela / Gráfico Simples	743,60	495,73	1.239,33
Mapa de Localização Simples	972,40	648,27	1.620,67
Apresentação em PowerPoint (por tela)	312,09	208,06	520,15
Tratamento de Imagem (Objetos)*	-	-	774,99
Tratamento de Imagem (Paisagens)*	-	-	1.291,65
Tratamento de Imagem (Seres vivos)*	-	-	1.549,98
Tratamento de Imagem c/ Montagens* *Custo por foto	-	-	2.195,81

➤ **WEB**

WEBSITE/HOTSITE	VALOR(R) CRIAÇÃO	VALOR(R) FINALIZAÇÃO	VALOR(R) TOTAL
Planejamento, Arquitetura, Criação, Implementação e Conteúdo Enviado pelo Cliente	9.687,40	6.458,27	16.145,67
Replicar para Outros Idiomas	30%	30%	30%
Gerenciador de Conteúdo	50%	50%	50%
Mobile	50%	50%	50%
*Valor a partir do preço inicial do site			

LANDING PAGE	VALOR(R) CRIAÇÃO	VALOR(R) FINALIZAÇÃO	VALOR(R) TOTAL
Layout, texto e produção do HTML (com layout)	4.520,79	3.013,86	7.534,65
Layout, texto e produção do HTML (sem layout)	2.583,31	1.722,21	4.305,52

MÍDIA DIGITAL	VALOR(R)
Planejamento de Mídia	1.937,48
Criação das Campanhas	1.937,48
Mensuração dos Resultados	1.937,48

CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE PEÇAS (Formatos Padrão IAB)	VALOR(R) CRIAÇÃO	VALOR(R) FINALIZAÇÃO	VALOR(R) TOTAL
Qualquer formato sem animação	968,74	645,83	1.614,57
Qualquer formato com animação	1.937,48	1.291,65	3.229,13
Qualquer formato com rich media (animação avançada)	3.874,96	2.583,31	6.458,27

LINKS PATROCINADOS	VALOR(R)
Planejamento de Mídia	1.937,48
Criação de Campanhas	1.937,48

NEWSLETTER	VALOR(R) CRIAÇÃO	VALOR(R) FINALIZAÇÃO	VALOR(R) TOTAL
Produção Editorial	1.291,65	-	1.291,65
Layout	2.583,31	1.722,21	4.305,52
Produção HTML (sem layout)	839,57	-	839,57

E-MAIL MARKETING	VALOR(R) CRIAÇÃO	VALOR(R) FINALIZAÇÃO	VALOR(R) TOTAL
Layout	1.549,98	1.033,32	2.583,31
Produção HTML	516,66	-	516,66

MÍDIAS SOCIAIS	VALOR(R) CRIAÇÃO	VALOR(R) FINALIZAÇÃO	VALOR(R) TOTAL
Análise de Presença (Diagnóstico)	-	-	6.781,18
Plano de Ações	-	-	7.749,92
Post	712,12	474,75	1.186,87
Carrossel	1.424,25	949,50	2.373,74
Canvas	2.136,37	1.424,25	3.560,61

MOBILE	VALOR(R)
Planejamento de aplicativo para dispositivos móveis (celular, smartphone, tablet)	9.687,40

➤ **PROMOCIONAL**

PONTO DE VENDA/ EMBALAGENS	VALOR(R) CRIAÇÃO	VALOR(R) FINALIZAÇÃO	VALOR(R) TOTAL
Ação Promocional	-	-	5.720,01
Adesivo (por cm²)	0,97	0,65	1,61
Bandeirola (por modelo)	975,89	650,60	1.626,49
Banner / Cavalete / Galhardete	506,25	337,50	843,75
Cartela / TAG	470,64	313,76	784,40
Crachá	408,35	272,23	680,59
Display / Wobbler	1.522,67	1.015,11	2.537,78
Encosto de cabeça	975,89	650,60	1.626,49
Faixa de Gôndola / Testeira	733,79	489,19	1.222,98
MóBILE	955,13	636,75	1.591,88
Rótulo / Label	3.211,44	2.140,96	5.352,40
Troféu	2.062,54	1.375,02	3.437,56
Caixa Simples	2.203,71	1.469,14	3.672,86
Uniforme Simples	802,86	535,24	1.338,10
Urna	2.768,17	1.845,45	4.613,62

BRINDES	VALOR(R) CRIAÇÃO	VALOR(R) FINALIZAÇÃO	VALOR(R) TOTAL
Simples (Aplicação de marca)	465,29	310,19	775,48
Especiais (orçamento específico)	-	-	-
Agenda	604,89	403,26	1.008,15
Camiseta Especial	630,34	420,23	1.050,57

➤ **PROJETOS ESPECIAIS**

MARKETING POLÍTICO	VALOR(R)
Deputado Federal	90.757,40
Deputado Estadual	72.644,05
Prefeito Capital	186.853,47
Prefeito Interior	72.644,05
Vereador Capital	36.417,36
Vereador Interior	18.304,01

PUBLICIDADE LEGAL	VALOR(R) CRIAÇÃO	VALOR(R) FINALIZAÇÃO	VALOR(R) TOTAL
Até ¼ Página	308,88	205,92	514,81
Até ½ Página	617,76	411,84	1.029,60
1 Página	1.233,23	822,15	2.055,38
Página	2.464,17	1.642,78	4.106,96

ITENS DIGITAIS

MÍDIA DIGITAL	VALOR(R) CRIAÇÃO	VALOR(R) FINALIZAÇÃO	VALOR(R) TOTAL
Adaptação e replicação para outros formatos	872,01	581,34	1.453,35

ADVERGAMES	VALOR(R)
Planejamento de Advertising in game	4.360,03
Planejamento	8.720,06
Game Online Standard	6.976,05
Mobile	21.800,14
Game Online Original	29.066,86
Social Game (Jogo para Mídias Sociais)	29.066,86

MOBILE	VALOR(R)
Criação de aplicativo Standard	6.976,05
Planejamento de aplicativos	4.360,03
Aplicativo Original	29.066,86
Aplicativos (Jogos para Mídias Sociais)	29.066,86

NEWSLETTER	VALOR(R)
Ferramenta de envio (por mês)	348,80
Importação de base (até 20 mil contatos)	581,34
Implantação e configuração do HTML (por peça)	174,40
Disparo (20 mil e-mails)	209,28
Mensuração (por disparo)	174,40

MÍDIAS SOCIAIS	VALOR(R)
Gestão de Presença Personalização dos canais (wireframe e layout)	4.360,03
Produção de conteúdo Textual/Relacionamento (por mês)	2.906,69
Produção de conteúdo multimídia Gestão de ações sociais	Sob consulta
Monitoramento Online (por mês)	5.813,37
Mensuração Online (por mês)	2.906,69
Gerenciamento de Whatsapp	2.906,69

CEO	VALOR(R)
Planejamento e Criação	3.488,02
Gestão	1.744,01

E-MAIL MARKETING	VALOR(R)
Ferramento de envio (por mês)	348,80
Importação de base (até 20 mil contatos)	581,34
Implantação e configuração do HTML (por peça)	174,40
Disparo (20 mil e-mails)	209,28
Mensuração (por disparo)	174,40

WHATSAPP	VALOR(R) CRIAÇÃO	VALOR(R) FINALIZAÇÃO	VALOR(R) TOTAL
Card sem animação	1.220,81	813,87	2.034,69
Card com animação	1.744,01	1.162,67	2.906,69