



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA
Nº 01/2020**

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized, cursive script.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

COMPOSIÇÃO DO EDITAL

	PREÂMBULO
1	DO OBJETO
2	CONDIÇÕES GERAIS
3	RETIRADA DO EDITAL E ESCLARECIMENTO DE DÚVIDAS
4	IMPUGNAÇÃO AO EDITAL
5	CREDENCIAMENTO DOS REPRESENTANTES
6	ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA
7	ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO
8	DISPOSIÇÕES GERAIS
9	JULGAMENTO DAS PROPOSTAS
10	ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
11	SUBCOMISSÃO TÉCNICA
12	REUNIÃO DE LICITAÇÃO
13	RECURSOS ADMINISTRATIVOS
14	PENALIDADES
15	CONTRATAÇÃO
16	RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS
17	DISPOSIÇÕES FINAIS
18	FORO

INTEGRAM ESTE EDITAL OS SEGUINTE ANEXOS

01	MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO
02	MODELO DE CARTA DE DECLARAÇÃO
03	MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS
04	DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA
05	MINUTA DE CONTRATO
06	TERMO DE REFERÊNCIA/ BRIEFING

8



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

PREÂMBULO

O CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA, Pessoa Jurídica de Direito Público, inscrito no CNPJ-MF sob o n.º 08.667.024/0001-00, torna público para conhecimento dos interessados que, no Plenário do Crea-PB, será realizada no dia **04/01/2021, às 09h00min**, a licitação, na modalidade **CONCORRÊNCIA**, do tipo **“TÉCNICA e PREÇO”**, execução indireta, sob o regime de empreitada, visando a contratação de agência de publicidade, em conformidade ao que determina a Lei Federal nº 8.666/93, de 21/06/93, com alterações posteriores introduzidas pelas Leis nº. 8.883/94 e 9.648/98; pelas Leis nº. 4.680/65 e 12.232/2010, Decreto nº 57.690/66, Decreto nº 24.563, de 31.12.02; das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão) e pelas disposições deste Edital.

As Propostas Técnicas e de Preços deverão ser entregues na sede do CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA – CREA/PB, conforme disposto neste Edital, da seguinte forma:

- O invólucro nº 01 - PROPOSTA TÉCNICA-PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - **via não identificada**;
- Invólucro nº 02 - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - via identificada;
- Invólucro nº 03 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO, CONJUNTO DE INFORMAÇÕES CONJUNTO DE INFORMAÇÕES - via identificada;
- Invólucro nº 04 - PROPOSTA DE PREÇOS;
- Invólucro nº 05 – HABILITAÇÃO.

1. DO OBJETO

1.1. Contratação de empresa de publicidade e propaganda para prestação de serviços referentes à divulgação do Crea-PB através das redes sociais e de campanhas institucionais com as especificações e as demais exigências especificadas neste Edital e Anexos.

1.2. Compreendem os serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, incluindo o acompanhamento e orientação da comunicação institucional, assessoria e gerenciamento permanente de comunicação e marketing.

1.3. Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) À produção e à execução técnica das peças e projetos criados;
- b) Ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;
- c) À criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

desenvolvidas.

1.3.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.3, “b” terão a finalidade de:

- a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do CREA/PB, o público-alvo, e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) Aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;
- c) Possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.4. Não se confundem com o objeto desta licitação, estando, portanto, fora da contratação, as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.

1.5. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 1.4 o patrocínio de mídia – assim entendido os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

1.6. A agência não poderá subcontratar outra agência de publicidade para a execução de serviços nos termos do art. 72, da Lei nº 8.666/93.

1.7. A agência atuará por ordem e conta do CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA, em conformidade com o art. 3º, da Lei nº 4.680/65, na contratação de veículos e outros meios de divulgação para compra de tempo e espaço publicitários dos trabalhos previstos, bem como fornecedores de serviços especializados ou não para a produção e a execução técnica das peças, campanhas e materiais, além de serviços conexos e complementares.

2. CONDIÇÕES GERAIS

2.1. A participação nesta Concorrência implica para a licitante:

- a) A aceitação plena e irrevogável das normas constantes do presente Edital e dos seus Anexos;
- b) A confirmação de que recebeu da Comissão o invólucro n. 1, bem como todos os documentos e informações necessárias à participação nesta licitação;
- c) A observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor;
- d) A responsabilidade pela veracidade das informações e dos documentos que apresentar durante a licitação.

2.2. Não poderão participar da licitação empresas:

- a) Cujo dirigente seja funcionário e/ou prestador de serviços do CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA;
- b) Suspensas de licitar ou impedidas de contratação com o CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA, enquanto durar a suspensão ou o impedimento;



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

- c) Declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurar o motivo determinante da punição ou até que seja promovida a reabilitação;
- d) Que se encontrem sob falência decretada, concordata/recuperação judicial e extrajudicial, concurso de credores, dissolução ou liquidação.

2.3. Não é permitida:

- a) A participação de consórcio de empresas;
- b) A participação de licitante com mais de uma proposta.

2.4. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das propostas e documentos de habilitação exigidos nesta Concorrência, independentemente da condução ou do resultado da licitação.

2.5. Não poderão participar da licitação as agências integrantes de um mesmo grupo – assim entendidas, para efeito deste edital, aquelas que tenham diretores ou sócios em comum.

2.6. PARTICIPAÇÃO DE EMPRESA DE PEQUENO PORTE

2.6.1. Nos termos dos artigos 42 a 49 da Lei Complementar n. 123, de 14 de dezembro de 2006, as empresas de pequeno porte deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição.

2.6.2. Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração Pública, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

2.6.3. Eventual interposição de recurso contra a decisão que declara o vencedor do certame não suspenderá o prazo supracitado.

2.6.4. A não regularização da documentação no prazo previsto no subitem 2.6.2. implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 81 da Lei 8.666/93 e suas alterações posteriores sendo facultado à Administração convocar para nova sessão pública os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para contratação, ou revogar a licitação.

2.6.5. Será assegurado, como critério de desempate, preferência de contratação para as empresas de pequeno porte, entendendo-se por empate aquelas situações em que as propostas apresentadas pelas microempresas e empresas de pequeno porte sejam iguais ou até 10% (dez por cento) superiores à proposta mais bem classificada e desde que a melhor oferta inicial não seja de uma microempresa ou empresa de pequeno porte.

2.6.6. Ocorrendo o empate, ocorrerá o procedimento da seguinte forma:

2.6.6.1. A empresa de pequeno porte melhor classificada poderá apresentar proposta de preço inferior àquela considerada vencedora do certame, situação em que será adjudicado em seu favor o objeto licitado.

2.6.6.2. Não ocorrendo à contratação da empresa de pequeno porte, na forma do subitem 2.6.5. serão convocadas as remanescentes que atenderem rigorosamente o edital e seus anexos, na ordem classificatória, para o exercício do mesmo direito.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

2.6.6.3. No caso de equivalência dos valores apresentados pelas empresas de pequeno porte que se encontre no intervalo estabelecido no subitem 2.6.5., será realizado sorteio entre elas para que se identifique aquela que primeiro poderá apresentar melhor oferta.

2.6.7. Na hipótese da não contratação nos termos previstos acima, o objeto licitado será adjudicado em favor da proposta originalmente vencedora do certame.

2.6.8. Na hipótese da não contratação nos termos previstos acima, o objeto licitado será adjudicado em favor da proposta originalmente vencedora do certame.

2.6.9. A empresa de pequeno porte que usufruir dos benefícios de que trata a Lei Complementar nº 123/2006 deverá apresentar, na forma da lei, juntamente com os documentos de habilitação, a declaração de que não se encontra em nenhuma das situações do parágrafo 4º do art. 3º do dispositivo supracitado.

3. RETIRADA DO EDITAL E ESCLARECIMENTO DE DÚVIDAS

3.1. A retirada deste Edital deverá ser realizada no endereço na sede Conselho Regional de Engenharia e Agronomia da Paraíba – Crea-PB, situado na Av. Dom Pedro I, nº 809, Centro, João Pessoa/PB, das 08h00 às 13h00, dias úteis, até o dia 29/12/2020.

3.2. Os pedidos de esclarecimentos não constituirão, necessariamente, motivos para que se altere a data e o horário da Reunião de Licitação, salvo se houver alteração material das propostas comerciais.

3.3. A solicitação de esclarecimento não deve utilizar termos que possam propiciar a identificação da proposta da licitante perante a Subcomissão Técnica, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária – invólucro 1.

3.4. O CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA dará conhecimento das consultas e respectivas repostas, sem informar a identidade da licitante consulente, exclusivamente por meio da internet, no endereço www.creapb.org.br.

3.5. Cabe às licitantes interessadas acessar o referido endereço para conhecer as consultas e as respectivas repostas.

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

4. IMPUGNAÇÃO AO EDITAL

4.1. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão Permanente de Licitação a licitante que não se manifestar até as 13h:00 do dia 29/12/2020 (dois dias úteis anteriores à data da apresentação das propostas) e o cidadão/entidade que não se manifestar até as 13h:00 do dia 23/12/2020 (cinco dias úteis anteriores à data da apresentação das propostas) apontando as falhas ou irregularidades que o viciaram.

4.2. Considera-se licitante, para efeito do subitem 4.1, a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma do subitem 3.1

8



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

4.3. A impugnação deverá ser protocolizada fisicamente de segunda a sexta-feira, das 8h:00 às 13h:00 no endereço disposto no item 3.1 deste edital.5

4.4. A impugnação tempestiva NÃO impede a licitante de participar da licitação, até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

4.5. A impugnação também poderá ser enviada para o e-mail: licitacaocreapb@creapb.org.br, caso em que o original deverá ser apresentado no endereço do subitem 3.1, no prazo de 05 (cinco) dias contados da recepção do email, desde que a apresentação física da impugnação atenda o prazo indicado no subitem 4.1.

4.6. A apresentação de impugnação após o prazo estipulado no subitem 4.1 ou sem o protocolo do original, no caso do subitem 4.5, implica o seu recebimento como mera informação.

5. CREDENCIAMENTO DOS REPRESENTANTES

5.1. A licitante poderá designar apenas 01 (um) preposto para representá-la na Reunião de Licitação.

5.2. Nenhum preposto poderá representar mais de uma licitante.

5.3. O credenciamento do preposto será realizado mediante Instrumento Público ou Particular, ou Carta de Credenciamento, conforme **modelo constante do Anexo 01** deverá outorgar poderes para a prática de todos os atos pertinentes ao certame em nome da licitante e comporá os autos do processo licitatório.

5.4. Sendo o representante sócio, proprietário ou dirigente da empresa proponente, deverá apresentar cópia do respectivo Estatuto ou Contrato Social, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.

5.5. O credenciado deverá identificar-se exibindo o documento de identidade, ou outro legalmente equivalente, fora dos envelopes.

5.6. A licitante que não estiver devidamente representada nos termos descritos acima não terá sua participação prejudicada no certame, entretanto não poderá se manifestar formalmente.

5.7. Havendo substituição do representante credenciado no decorrer da licitação e caso haja interesse em designar outro credenciado, a licitante deverá apresentar novos documentos de representação.

5.8. Caso a licitante não deseje fazer-se representar na reunião de licitação, poderá encaminhar por meio de portador – na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital – os invólucros com a documentação exigida para a sua participação no certame.

5.9. Não serão recebidos invólucros enviados por via postal.

6. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
I – Plano de Comunicação publicitária	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
II – Capacidade de Atendimento	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

III – Repertório	
IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

6.1.1. A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza e sem emendas ou rasuras.

QUESITOS:

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

6.2. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

6.2.1 A licitante deverá apresentar um plano de comunicação, observando o tema e outras informações constantes no *Briefing (Anexo)*. A campanha simulada deverá ser apresentada de acordo com os seguintes quesitos técnicos:

6.2.1.1 **Raciocínio básico:** apresentação de texto em, no máximo, 03 (três) páginas de papel tamanho A4, em que a licitante exporá seu entendimento sobre as informações apresentadas no *Briefing (Anexo)*, em especial sobre o problema de comunicação definido, descrevendo:

- análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto no qual se insere;
- diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

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

- explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;
- proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

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

- relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*, com a descrição de cada uma;
- exemplos das peças que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária;

6.2.1.3.1 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no item 9.4.1.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação deverá ser



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

6.2.1.3.2 Os exemplos de peças publicitárias estão limitados à quantidade de três, independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, layout ou storyboard impressos, para qualquer meio;
- b) 'monstro' ou layout eletrônico, para o meio rádio;
- c) storyboard ou animatic, para os meios TV, cinema e internet;
- d) 'boneca' ou layout montado dos materiais de não mídia.

6.2.1.3.3 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro poderão ser dobradas.

6.2.1.3.4 Na elaboração de 'monstro' ou layout eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

6.2.1.3.5 Na elaboração do storyboard ou animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.

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

6.2.1.3.7 Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de três, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, banner de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como outdoor, envelopamento de veículo, adesivagem de finger, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um hot site e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;
- e) um filme e o hot site que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;
- f) um banner e o hot site por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

6.2.1.3.8 Na apresentação de proposta de hot site não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

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

- a) conhecimento e análise dos meios de comunicação e hábitos dos diversos segmentos de público a serem atingidos pela campanha;



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

b) os planos de distribuição de todas as peças previstas na campanha, contendo a estratégia e tática de mídia que justifiquem as opções escolhidas.

6.2.1.4.1 Neste quesito a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada neste instrumento convocatório, e identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

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

6.2.1.4.3 O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.
- h) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

6.2.1.4.4 Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;
- c) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- d) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores

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

6.3 O Plano de Comunicação Publicitária – Apócrifo deverá ser apresentado da seguinte forma:

- a) Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

- b) Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco, não deverão ser usadas sobrecapas em plástico, acetato ou qualquer outro material;
- c) Conteúdo impresso em papel A4, tipo offset ou equivalente, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
- d) Espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) Espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) Alinhamento justificado do texto;
- h) Texto e numeração de páginas em fonte 'arial', cor 'automático', tamanho '12 pontos';
- i) Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da folha;
- j) Sem identificação da licitante;
- k) Não serão permitidas notas de rodapé no corpo do texto a nenhum título, exceto como adjuvante dos gráficos e tabelas, nos itens em que estes são expressamente permitidos;
- l) Os gráficos, tabelas e planilhas poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores;

6.4 – Instruções relativas ao **Plano de Comunicação Publicitária**, que deverá atentar para as seguintes observações:

- a) fica a critério da licitante a definição das praças a serem consideradas na simulação da campanha publicitária e de mídia;
- b) na simulação de mídia a proponente deve considerar os valores reais das tabelas de preços dos veículos de comunicação;
- c) não serão admitidos descontos ou eventuais benefícios decorrentes de programas de incentivos oferecidos por veículos de comunicação;
- d) com referência à campanha publicitária simulada da proposta vencedora, o CREA/PB poderá, a seu juízo, decidir pela sua produção e veiculação, com ou sem modificações, na vigência do contrato;
- e) será desclassificada a proposta que apresentar valor superior à verba referencial estimada (Anexo).

6.5 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

6.5.1 A Capacidade de Atendimento da licitante deverá ser constituída por caderno específico composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

- a) A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) a qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;
- d) os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste termo de referência, admitida sua substituição



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

por profissionais de experiência equivalente ou superior;

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

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

g) as informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do CREA-PB, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

6.5.2 Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 9.7.1 deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4 ou A3 dobrado, com ou sem o uso de cores, em fonte "arial", tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

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

6.6 REPERTÓRIO

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

6.6.2 No caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 03 (três) peças e ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

a) as peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2010;

b) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em PEN DRIVE, no qual esteja gravado apenas o conteúdo referente ao envelope nº 4, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentado separadamente (solto);

c) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou serem apresentadas separadamente (soltas);

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

e) formatação na orientação retrato, em fonte "arial", tamanho "12 pontos", com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos;

f) edição em papel A4 ou A3, de 75 ou 90 gr., preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação das dimensões originais das peças neles contidas.

6.6.3 Para cada peça e ou material previstos no subitem 6.6.2, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

6.6.4 A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido no subitem 6.6.2 implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

6.6.5 A proporcionalidade a que se refere o subitem 6.6.4 será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 9.5.

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

6.7 – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

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

6.7.2 As propostas de que trata o subitem 6.5 devem ter recebido a autorização para sua produção ou ter sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2010.

6.7.3 A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista no subitem 9.5.

6.7.4 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes ou ex-clientes, desde que estes tenham sido atendidos em período posterior a 31 de dezembro de 2009 e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que o CREA-PB seja ou tenha sido signatário.

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

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

6.7.7 Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

- a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em PEN DRIVE, no qual esteja gravado apenas o conteúdo referente ao envelope nº 4, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentado separadamente (solto);
- b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado ou ser apresentadas separadamente (soltas), preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais: Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.
- c) para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.
- d) os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no item deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, em fonte "arial" tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seu atos constitutivos.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

7. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

7.1. A Proposta de Preços deverá ser elaborada informando o percentual de honorários, sem a quebra de percentual, na forma indicada no subitem 7.7.2 alínea “a” deste termo de referência, incidente sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias; e o desconto, sob forma de percentual, na forma indicada no subitem 7.7.2 alínea “b” deste termo de referência, sem quebra de percentual, a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Paraíba (Sinapro-PB); evitando-se a inexecutabilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado:

a) não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços externos de produção; sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e sobre formas inovadoras de comunicação publicitária;

b) não será aceito desconto inferior a 40% (quarenta por cento) sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Paraíba (Sinapro-PB)

c) se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

d) os percentuais de honorários, assim como de desconto proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;

e) o percentual de honorários e os custos internos propostos deverão contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc);

7.2 A Proposta de Preços deverá adotar o modelo de Proposta de Preços (Anexo).

7.3 Serão analisadas apenas as Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.

7.4 A classificação das Propostas de Preços observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação, referente ao percentual de honorários relativos (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias e de percentual de descontos sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Paraíba (Sinapro-PB)

7.5 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias, a contar da data da abertura da reunião de licitação.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

7.6 PONTUAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

7.6.1 Na sessão pública designada pela Comissão de Licitações serão abertos os Invólucros nº 4 - Proposta de Preços – que serão rubricadas pela Comissão de Licitação e pelas agências presentes ou por comissão de até três pessoas que representem as licitantes, por escolha das agências participantes presentes à sessão.

7.6.2 Feita a classificação das Propostas de Preços, serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios abaixo:

a) Percentual de honorários sobre (i) a produção e a execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, fixados nos limites estabelecidos no quesito 8.1:

PONTOS	PERCENTUAL HONORÁRIOS	DE
20	10% ou abaixo de 10%	
15	De 11% a 12%	
10	De 13% a 14%	
05	15%	

b) Desconto sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Paraíba (Sinapro-PB), que estiver em vigor, fixados nos limites estabelecidos no quesito 8.1:

PONTOS	DESCONTO SOBRE A TABELA DE CUSTOS INTERNOS	SOBRE A
20	70% ou acima de 70%	
15	De 61% a 70%	
10	De 51% a 60%	
05	De 40% a 50%	

7.6.3 Serão consideradas as melhores propostas de preços aquelas que atingirem as maiores pontuações através da fórmula abaixo:



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

NFPP = Nota final da Proposta de Preços

D1 – Pontuação aplicada ao Percentual sobre honorários de produção externa

D2 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Paraíba (Sinapro-PB)

$$NFPP = \frac{D1 + D2}{2}$$

7.7 JULGAMENTO FINAL

7.7.1 A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo, conforme previsto no art. 46, parágrafo 2º, incisos I e II da Lei 8.666/93:

$$PF = (NFPT \times 0,80) + NFPP$$

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPP = Pontuação relativa à proposta de preços

7.7.2 Havendo empate, o desempate se dará através da atribuição da maior nota aos quesitos da proposta técnica, na seguinte ordem:

- a) Ideia Criativa;
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária;
- c) Estratégia de Mídia e Não Mídia
- d) Repertório
- e) Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de problemas de Comunicação

7.7.3 Após a utilização do critério de desempate disposto no item 8.8.2, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio.

7.7.4 Não se considerará qualquer oferta e vantagem não prevista no termo de referência, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.

7.7.5 Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.

7.7.6 Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas as licitantes mais bem classificadas no julgamento final, com a aplicação da média ponderada, entre as Propostas Técnicas e de preços - observado o disposto no subitem quesito 7.7.1.

8. DISPOSIÇÕES GERAIS

8.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão acondicionada em três invólucros distintos, conforme subitem 8.2, 8.3 e 8.4 e a Proposta de Preço, no invólucro, conforme subitem 8.5, na data, hora e local indicados no tópico “reunião de licitação” do preâmbulo deste Edital.

8.1.1.1. O invólucro n. 1 será padronizado e fornecido pelo CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA mediante solicitação formal da licitante à Comissão Permanente de Licitação pelo e-mail: licitacaocreapb@creapb.org.br ou de segunda a sexta-feira, das 08h00 às 13h00, na sede do Conselho Regional de Engenharia e Agronomia da Paraíba - CREA/PB, situada na Av. Dom Pedro I, nº 809, Centro, João Pessoa/PB, das 08h00 às 13h00.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

8.1.1.2. O invólucro n. 1 deverá ser retirado por portador da empresa que dará recibo, no qual constarão os seguintes dados da empresa: nome empresarial, CNPJ, endereço, telefone e email.

8.1.2. Os invólucros n.2, n. 3 e n. 4, serão providenciados pela licitante e deverão ser adequados às características de seu conteúdo, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam até a sua abertura.

ATENÇÃO: O invólucro n. 5, contendo os documentos de Habilitação, deverá ser entregue em sessão pública específica.

INVÓLUCRO N. 1

8.2. No invólucro nº 1, invólucro padronizado fornecido pelo CREA/PB, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que trata o subitem 6.2, caput e inciso II, “a”.

8.2.1. O invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

8.2.2. Para preservar, até a abertura do invólucro nº 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o invólucro n. 1 não poderá:

I. Apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite a identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº 2;

II. Estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

ATENÇÃO: Recomenda-se cuidado no manuseio do invólucro n. 1, a fim de evitar que qualquer dano ou deformação venha a gerar o impedimento em participar desta licitação conforme item do Edital.

INVÓLUCRO N. 2

8.3. No invólucro nº 2, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, que trata o subitem 6.2, caput e inciso II, “b”, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

8.3.1. O invólucro n. 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO Nº 02

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA
PARAÍBA

CONCORRÊNCIA Nº 01/2020

EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)

CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

INVÓLUCRO N. 3

8.4. No invólucro nº 3, deverão estar acondicionados os cadernos específicos, documentos e informações referentes à Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 6.3 a 6.5.

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

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO Nº 03

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E

AGRONOMIA DA PARAÍBA

CONCORRÊNCIA Nº 01/2020

EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)

CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

8.4.2. O invólucro nº 3, assim como os cadernos específicos, documentos e informações que o compõe não poderão ter informação, marca, sinal etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro nº 2.

INVÓLUCRO Nº 4

8.5. O invólucro n. 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA DE PREÇO – INVÓLUCRO Nº 04

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHAIRA E

AGRONOMIA DO ESTADO DA PARAÍBA

CONCORRÊNCIA Nº 01/2020

EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)

CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

9. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

9.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de TÉCNICA E PREÇO, nos termos do art. 5º da Lei 12.232/2010 e dos arts. 45, parágrafo 1º, III e 46, parágrafo 2º, incisos I e II da Lei 8.666/93, sendo que é estabelecido o peso 0,80 para a Proposta Técnica e peso 0,20 para a Proposta de Preço.

9.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por “Subcomissão Técnica”, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderá manter nenhum vínculo funcional



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

ou contratual, direto ou indireto, com o CREA-PB.

9.3 A escolha dos membros da “Subcomissão Técnica” dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o CREA-PB.

9.4 O julgamento das Propostas Técnicas será realizado pela Subcomissão Técnica, prevista no item 9.2, que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela licitante:

9.4.1 Plano de Comunicação

9.4.1.1 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

- das características do CREA-PB e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- da natureza, da extensão e da qualidade das relações do CREA-PB com seus públicos;
- do papel do CREA-PB no atual contexto social, político e econômico.

9.4.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária

- adequação do conceito e do partido temático proposto à natureza e à qualificação do CREA-PB e a sua comunicação e/ou a seu problema específico de comunicação;
- a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;
- a riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do CREA-PB com seus públicos;
- a adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação do CREA-PB;
- consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação proposta;

9.4.1.3. Ideia Criativa

- sua adequação ao problema específico de comunicação do CREA-PB;
- a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- sua pertinência às atividades do CREA-PB e à sua inserção na sociedade;
- os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

- h) a exequibilidade das peças;
- i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

9.4.1.4. 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;
- d) a pertinência da mídia escolhida, a oportunidade e a economicidade no uso de recursos próprios de comunicação do CREA-PB;
- 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.

9.4.1.5. Capacidade de Atendimento

- a) Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do CREA-PB;
- d) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) Operacionalidade do relacionamento entre o CREA-PB e a licitante, esquematizado na proposta;
- f) Relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do CREA-PB, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato

9.4.1.6. Repertório

- a) ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
- b) qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
- c) clareza da exposição das informações prestadas;

9.4.1.7. Relatos de soluções de problemas de Comunicação

- a) evidência de planejamento publicitário;
- b) consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) relevância dos resultados apresentados;



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

d) concatenação lógica da exposição.

9.5 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesitos e subquesito:

I – Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)

- a) Raciocínio Básico: 5 (cinco);
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte);
- c) Idéia criativa: 25 (vinte e cinco);
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia – 15 (quinze).

II – Capacidade de Atendimento: 15 (quinze)

III – Repertório: 10 (dez)

IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez)

9.5.1. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no item 9.5, obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.

9.5.2 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos a ele ou a seus subquesitos pelos membros da Subcomissão Técnica.

9.5.3 A subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20 (vinte) por cento da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos no Edital.

9.5.4 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação dos quesitos ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou a subquesito reavaliado, a qual será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

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

9.5.6. Será desclassificada a licitante que:

- a) não observar as determinações e as exigências do Edital;
- b) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos de sua Proposta Técnica;
- c) não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- d) tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.

9.5.7 Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as maiores notas, observadas as condições mínimas indicadas no subitem 9.5.6, b) e c).

9.5.8 Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas nesta



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquestos ideia criativa, estratégia de comunicação publicitária, estratégia de mídia e não mídia e nos quesitos capacidade de atendimento, relatos de soluções de problemas de comunicação e repertório.

9.5.9 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

9.5.10 Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas as licitantes mais bem classificadas na Proposta Técnica.

9.5.11 A nota da proposta técnica será apurada segundo a metodologia a seguir.

PLANO DE COMUNICAÇÃO

1. RACIOCÍNIO BÁSICO: CRITÉRIO: Texto de até 3 (três) páginas em que a licitante explique seu conhecimento geral sobre o CREA-PB e entendimento:	
QUESITOS PONTUAÇÃO	PONTUAÇÃO
a) Das características do CREA-PB e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. (01 ponto)	
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do CREA-PB com seus públicos (01 ponto)	
c) Do papel do CREA-PB no atual contexto social, político e econômico. (01 ponto)	
d) O desafio/problema da comunicação expresso no <i>Briefing</i> (02 ponto)	
SUBTOTAL (MÁXIMO 5 PONTOS)	
2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO CRITÉRIO: Texto de até 3 (três) páginas em que a licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação do CREA-PB	
QUESITOS PONTUAÇÃO	PONTUAÇÃO
a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas do CREA-PB, conforme briefing. (07 pontos)	
b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa. (04 pontos)	
c) A riqueza dos desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

do CREA-PB com seus públicos. (02 pontos)	
d) Adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema de comunicação (07 pontos)	
e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta. (03 pontos)	
f) Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária, o desafio da comunicação expresso no briefing, seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível. (02 pontos)	
SUBTOTAL (MÁXIMO 25 PONTOS)	
3. IDEIA CRIATIVA CRITÉRIO: Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem:	
QUESITOS PONTUAÇÃO	PONTUAÇÃO
a) Adequação ao problema específico de comunicação do CREA-PB (05 pontos)	
b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos do CREA-PB (02 pontos)	
c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações e a adequação ao universo cultural do público-alvo. (03 pontos)	
d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem. (03 pontos)	
e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta. (02 pontos)	
f) Sua pertinência à atividade desenvolvida pelo CREA-PB e sua inserção na sociedade. (03 pontos)	
g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas. (03 pontos)	
h) A exequibilidade das peças e/ou do material. (02 pontos)	
i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios e públicos propostos. (02 pontos)	
SUBTOTAL (MÁXIMO 25 PONTOS)	
4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA CRITÉRIO: Texto de até 3 (três) páginas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

briefing.	
QUESITOS PONTUAÇÃO	PONTUAÇÃO
a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários. (02 pontos)	
b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos. (02 pontos)	
c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores. (04 pontos)	
d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do CREA-PB (01 ponto)	
e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças. (03 pontos)	
f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. (03 pontos)	
SUBTOTAL (MÁXIMO 15 PONTOS)	
5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO CRITÉRIO: Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	
QUESITOS PONTUAÇÃO	PONTUAÇÃO
a) Porte e tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado. (01 ponto)	
b) Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias. (03 pontos)	
c) Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do CREA-PB. (03 pontos)	
d) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato. (01 ponto)	
c) A relevância e a utilidade das informações de comunicação que serão colocadas regularmente a disposição do CREA-PB, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato. (01 ponto)	
d) A operacionalidade do relacionamento entre o CREA-PB e a licitante, a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta. (01 ponto)	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)	
6. REPERTÓRIO CRITÉRIO: Apresentação de peças com apresentação sucinta do problema que se propõe.	
QUESITOS PONTUAÇÃO	PONTUAÇÃO
a) Ideia criativa e sua pertinência. (04 pontos)	
b) Clareza da exposição do problema publicitário. (02 pontos)	
c) Qualidade da execução do acabamento. (04 pontos)	
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)	
7. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO CRITÉRIO: “Case histories” formalmente referendados pelos respectivos anunciantes	
QUESITOS PONTUAÇÃO	PONTUAÇÃO
a) Concatenação lógica da exposição. (02 pontos)	
b) Evidência de planejamento publicitário. (02 pontos)	
c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. (03 pontos)	
d) Relevância dos resultados apresentados. (03 pontos)	
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)	
TOTAL GERAL (MÁXIMO DE 100 PONTOS)	

10. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

10.1. As licitantes cujas Propostas Técnica e de Preço tenham sido classificadas deverão entregar os Documentos de Habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão.

10.1.1. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação, na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 12.12.

10.2. Os documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no invólucro n. 5, que deverá ser apresentado fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – INVÓLUCRO N. 5

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E

AGRONOMIA DA PARAÍBA

CONCORRÊNCIA 01/2020

EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)

CNPJ: (indicar o CNPJ da licitante)

10.2.1. O invólucro n. 5 será providenciado pela licitante e deverá ser adequado às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

10.2.2. Documentos de Habilitação deverão ser apresentados em uma única via, acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante, a partir da primeira página interna, e deverão ser apresentados:

I – em original, ou

II – sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial, ou

III – em cópia autenticada por cartório competente, ou

IV – em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação.

Atenção: Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão.

10.3. Os documentos referentes à HABILITAÇÃO JURÍDICA são:

I – cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;

II – registro comercial, em caso de empresa individual;

III – ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor devidamente registrado, em se tratando de sociedade empresária e, no caso de sociedade por ações, acompanhado dos documentos de eleição de seus administradores;

a) Os documentos deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais da licitante, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência;

IV – inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedade simples, acompanhada de prova da Diretoria em exercício;

V – decreto de autorização de funcionamento no País, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

10.4. Os documentos referentes à REGULARIDADE FISCAL e TRABALHISTA são:



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

I – prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;

II – prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou à sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da licitação;

III – 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.;

IV – Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social – CND;

V – Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS;

VI – Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT;

VII – certidões negativas de débitos ou não, contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

10.4.1. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as Fazendas Públicas ou com a Seguridade Social esteja com a exigibilidade suspensa;

10.4.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

10.4.3. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

10.4.4. Consulta Consolidada de Pessoa Jurídica do Tribunal de Contas da União (<https://certidoes-apf.apps.tcu.gov.br/>)

10.4.4.1A consulta aos cadastros será realizada em nome da empresa licitante e também de seu sócio majoritário, por força do artigo 12 da Lei nº 8.429, de 1992, que prevê, dentre as sanções impostas ao responsável pela prática de ato de improbidade administrativa, a proibição de contratar com o Poder Público, inclusive por intermédio de pessoa jurídica da qual seja sócio majoritário.

10.5. Os documentos referentes à QUALIFICAÇÃO TÉCNICA são:

I – certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei 12.232/2010, art. 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);

II – Atestado de Capacidade Técnica Operacional em nome da empresa licitante, a serem expedido por empresas jurídicas que comprovem a prestação de serviços com características similares às do objeto desta licitação. Os atestados deverão ser apresentados em papel timbrado do emitente ou conter razão social, CNPJ, endereço, telefone e ser firmados pelos responsáveis legais.

III - Atestado de Capacidade Técnica, fornecidos por veículos de comunicação, dando conta do fiel cumprimento, por parte da licitante, dos compromissos por ela assumidos em nome de seus clientes. Os atestados deverão ser apresentados em papel timbrado do emitente ou conter razão social, CNPJ, endereço, telefone e ser firmados pelos responsáveis legais.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

IV - Comprovação da licitante que possui em seu quadro permanente, na data prevista para entrega da proposta, profissional de nível superior com formação em uma das seguintes áreas: Comunicação (Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas), Publicidade ou Marketing, devendo a comprovação ser efetivada através da apresentação do diploma do mesmo e dos seguintes documentos:

- a) No caso de empregado da empresa, através da apresentação de cópia autenticada da ficha de registro de empregado, com o respectivo carimbo do Ministério do Trabalho ou do registro em Carteira de Trabalho e Previdência Social - CTPS em que conste a licitante como contratante, acompanhada pela GFIP gerada pelo sistema do Governo Federal com dados dos Ministérios da Fazenda e do Trabalho e Emprego, com emissão referente ao mês anterior à data da abertura do certame;
- b) No caso de ser sócio-proprietário da empresa, através da apresentação do contrato social ou outro documento legal devidamente registrado na Junta Comercial.

10.6. A QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA será comprovada mediante apresentação:

I – de certidão negativa de falência e concordata/recuperação judicial e extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica;

- a) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;
- b) Será considerada como válida pelo prazo de 180 (cento e oitenta) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto;

II – do Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social, vedada a substituição por balancetes ou balanços provisórios.

- a) As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de 1 (um) ano deverão apresentar o balanço de abertura ou intermediário, conforme o caso;
- b) Os balanços patrimoniais e demonstrações contábeis deverão ser apresentados de acordo com a legislação e normas contábeis que regem a matéria.
- c) O patrimônio líquido poderá ser atualizado pelo IGPM-FGV quando o balanço estiver encerrado a mais de 3 (três) meses da data da licitação.

10.6.1. A licitante deverá comprovar que possui, na data do recebimento do invólucro n. 5:

I Índice de Solvência Geral – ISG, Índice de Liquidez Corrente – ILC e Índice de Liquidez Geral – ILG maiores que 1,0 (um):

10.6.1.1. Para a comprovação do Patrimônio Líquido e índices contábeis, o cálculo sobre o balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social deverá ser realizado pela licitante e confirmado pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

10.6.1.2. A licitante que tiver apresentado resultado igual ou menor que 1 (um), no cálculo do ISG, ILC e ILG deverá comprovar patrimônio líquido mínimo igual ou superior a a 5% do valor estimado da contratação);



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

10.6.1.3. Nos cálculos envolvendo moeda (R\$), caso sejam necessários arredondamentos, a segunda casa à direita da vírgula, correspondente aos centavos, será arredondada para cima, quando na ocorrência de uma terceira casa, esta for maior ou igual a 5 (cinco).

10.7. A licitante também deverá incluir no invólucro n. 5 declaração elaborada conforme modelo do Anexo afirmando:

- I – conhecimento do instrumento convocatório;
- II – atendimento ao art. 27, inciso , da Lei 8.666/93;
- III – inexistência de impedimento para a participação;
- IV- elaboração independente de proposta.

10.8. O CNPJ da licitante deverá ser o mesmo compreendido no cadastro junto ao município da licitante e ou em todos os documentos de habilitação, não sendo permitido uso de documentos pela matriz, quando emitidos para a sua filial e vice-versa.

10.8.1. Excetua-se da restrição a que se refere o subitem 10.7 os documentos que, pela própria natureza, forem comprovadamente emitidos somente em nome da matriz ou da filial.

10.9. Não serão aceitos “protocolos de entrega” ou “solicitação de documentos” expedidos por quaisquer órgãos, em substituição aos documentos exigidos neste Edital.

10.10. A licitante que se alegar desobrigada de apresentar qualquer dos documentos de habilitação deverá inserir no invólucro n. 5 declaração ou certificado expedido por órgão competente ou legislação em vigor que comprovem essa condição.

10.11. A verificação pela Comissão nos sites oficiais das entidades emissoras de certidões constitui meio legal de prova.

10.12. Serão consideradas habilitadas as licitantes classificadas que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital.

11. SUBCOMISSÃO TÉCNICA

11.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão, na forma do art. 10 da Lei 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

11.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

11.2.1. Ao menos dois membros da Subcomissão Técnica não terá vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o CREA-PB, nos termos do § 1º, art. 10, da Lei nº12.232/2010.

11.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica ocorrerá por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 10 (dez) integrantes, previamente cadastrados pelo CREA-PB.

11.3.1. A relação de nomes será publicada no site do CREA-PB, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão publica marcada para o sorteio.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

11.3.2. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação de nomes, mediante a apresentação de justificativa à Comissão.

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

11.3.2.2. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 11.

11.3.3. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 11.3.

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

11.3.5. A sessão pública para o sorteio será realizada em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 11.3.1. e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

11.3.5.1. O sorteio, processado pela Comissão, será realizado em duas etapas:

I – 02 (dois) membros que não possuem vínculo com o CREA/PB;

II – 01 (um) membro que possui vínculo com o CREA/PB.

11.3.6. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá Subcomissão Técnica, quando solicitado pela Comissão, manifestar-se sobre eventuais recursos de licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.

12. REUNIÃO DE LICITAÇÃO

12.1. A reunião de licitação será realizada em 4 sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação.

12.1.1. Todos os fatos relevantes, pertinentes ao objeto da Licitação, ocorridos durante a reunião de licitação serão registrados em ata circunstanciada.

12.2. A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 5.

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

12.4. Aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes poderão ser relevados pela Comissão, se constantes dos documentos submetidos à análise e julgamento da Subcomissão Técnica, por esta subcomissão, desde que não firam o entendimento da proposta e o ato não acarrete violação aos princípios básicos da licitação.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

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

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

12.7. Se os invólucros lacrados das licitantes desclassificadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados da homologação desta Concorrência, prazo após o qual serão destruídos.

PRIMEIRA SESSÃO

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

I – identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;

II – apresentação à Comissão dos invólucros n.s 1, 2, 3 e 4.

III – exame da conformidade dos invólucros com as disposições deste Edital;

IV – rubrica no fecho dos invólucros ns 2 e 4 e subsequente acondicionamento destes invólucros em receptáculo específico com rubrica no seu respectivo fecho pela Comissão e representantes das licitantes;

V – abertura dos invólucros ns 1 e 3, exame e rubrica de seus respectivos conteúdos pela Comissão e representantes das licitantes presentes.

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

12.8.2. O invólucro n. 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão se:

I – não apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite sua identificação ou a identificação da licitantes antes da abertura do invólucro n. 2:

II – não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilidade a identificação da licitante.

12.8.2.1. O não recebimento do invólucro n. 1 implica o não recebimento dos demais invólucros da licitantes e seu consequente impedimento de participar da Concorrência.

12.8.3. A Comissão, antes da abertura dos invólucros n. 1, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

12.8.4. A Comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros n. 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

12.8.5. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos invólucros ns; 1 e 3, for constatada ocorrência



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

que possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

12.8.6. Os invólucros ns 2 e 4 permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão.

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

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

I – encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros n 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

II – análise individualizada e julgamento, pela subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária.

III – elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilhas com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso:

IV – encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros n. 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

V – análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de atendimento, do Repertório e dos relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

VI – elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

12.8.9. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 9.4,I e Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

12.8.9.1. O disposto no subitem 12.8.9 não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos invólucros n. 2

12.8.10. As planilhas previstas nos incisos III e VI do subitem 12.8.8. conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

SEGUNDA SESSÃO

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



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

- I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;
- II – abertura do receptáculo contendo os invólucros ns. 2 e 4;
- III – abertura e rubrica do conteúdo dos invólucros n. 2 e rubrica no fecho do invólucro n. 4;
- IV – cotejo das vias não identificadas (invólucro n. 1) com as vias identificadas (invólucro n. 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- V – elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao plano de comunicação publicitária e separadamente, . Aos demais quesitos de cada Proposta Técnica;
- VI – proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- VII – adoção dos procedimentos previstos no subitem 9.6, em caso de empate, após a decisão final, inclusive das Propostas de Preço.
- VIII – informação de que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será divulgado na forma da lei, com a indicação dos licitantes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação.

TERCEIRA SESSÃO

12.10. A Comissão convocará as licitantes classificadas para participar da terceira sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

- I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;
- II – abertura dos invólucros n. 4, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e representantes das licitantes presentes;
- III – julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços e divulgação do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- IV – declaração da vencedora no julgamento final das Propostas, quais sejam, a licitante mais bem classificadas na média ponderada, de acordo com os respectivos pesos, na Proposta Técnica e na Proposta de Preços;
- V – informação de que o resultado do julgamento final das Propostas será divulgado na forma da lei, com a indicação da ordem de classificação.

QUARTA SESSÃO

12.11. A Comissão convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para participar da quarta sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

- I – identificação dos representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- II – recebimento e abertura dos invólucros n. 5, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes;



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

III – informação de que o resultado da habilitação será divulgado na forma da lei, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados;

12.12. Na hipótese de todas as propostas de preço serem desclassificadas ou de todas as licitantes serem inabilitadas, a Comissão poderá fixar às licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de novo documento ou de outras propostas escoimadas das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.

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

12.13. Decididos os recursos e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente, observado o subitem 1.3.1., homologará e adjudicará seu objeto à licitante vencedora.

13. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

13.1. Dos atos decisórios ou que resultem aplicação de penalidade cabe recurso, interposto na forma impressa, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata.

13.1.1. A intimação dos atos decisórios será feita mediante publicação na imprensa oficial, salvo para as decisões sobre o recebimento e julgamento das propostas e sobre a habilitação ou inabilitação de licitantes, se presentes os prepostos das licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata.

13.1.2. A intimação da aplicação da penalidade será realizada por notificação direta à licitante.

13.2. O recurso contra o julgamento das propostas e o contra habilitação ou inabilitação de licitantes terá efeito suspensivo, e o seu acolhimento importará a invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

13.2.1. A Comissão poderá, motivadamente, atribuir efeito suspensivo ao recurso contra os demais atos.

13.3. A continuidade da reunião de licitação, no caso de interposição de recurso, será comunicada aos interessados por e-mail.

13.4. Os recursos interpostos serão comunicados às partes interessadas, que poderão apresentar contrarrazões no prazo de 5 (cinco) dias úteis a partir do término do prazo do recorrente, sendo-lhes assegurada vistas dos elementos indispensáveis à defesa dos seus interesses.

13.5. O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, que poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, neste mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, para decisão.

13.6. Os recursos interpostos fora do prazo legal e ou subscritos por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo para responder pela licitante não serão conhecidos.

Atenção: O uso de recursos ou meios meramente protelatórios para tentar impedir o curso normal do processo licitatório é crime tipificado no art. 93 da Lei 8.666/93, sujeitando a licitante às sanções legais e administrativas aplicáveis.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

14. PENALIDADES

14.1. O atraso na execução do objeto contratual, ou a inexecução dos serviços, sem uma justificativa plausível aceita pelo CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA, sujeitará a CONTRATADA ao pagamento da multa diária, no valor equivalente a 0,5% (zero vírgula cinco por cento), sobre o valor do item adjudicado, por dia de atraso nos serviços, a partir do primeiro dia útil da data fixada para a entrega dos serviços, limitada a 10% (dez por cento) do valor do mesmo.

I – recusar-se, injustificadamente, a assinar o contrato;

II – não atender as condições previstas no subitem 15.2, inviabilizando a contratação.

14.1.1. A multa deverá ser recolhida na CREA-PB no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação, sob pena de execução judicial.

14.1.2. O disposto no subitem 14.1 não se aplica às licitantes remanescentes convocadas na forma do subitem 15.3.1.

14.2. Ensejará a aplicação de suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a CREA-PB, pelo período de 6 (seis) meses até 2 (dois) anos.:

I – recusa, injustificada, de assinar o Termo de Contrato;

II – não manutenção das condições de habilitação;

III – prática de atos ilícitos, visando a frustrar os objetivos da licitação;

IV – condenação definitiva pela prática dolosa de fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

V – prática de atos ilícitos, demonstrando não possuir idoneidade para contratar com a Administração.

14.2.1. A penalidade de suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar poderá ser aplicada sem prejuízo da aplicação da multa prevista no subitem 14.1.

14.3. Poderá ainda ser aplicada a penalidade de Declaração de Inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública, na forma do Inciso IV e parágrafo 3º do art. 87 da Lei 8.666/93, que será proposta ao Assessor de Comunicação do CREA-PB, na ocorrência dos casos do artigo 88 da mesma Lei. 14.4. Não serão aplicadas penalidades na ocorrência de casos fortuitos, força maior.

15. CONTRATAÇÃO

15.1. A contratação será formalizada mediante assinatura do contrato, para cuja assinatura as licitantes adjudicatárias terão o prazo de 05 (cinco) dias úteis contados a partir do recebimento da respectiva convocação do CREA-PB.

15.2. Como condição para a assinatura do contrato, sem prejuízo das demais disposições previstas neste Instrumento, a licitante adjudicatária deverá apresentar:

I – documentação exigida na habilitação, porventura vencida após a reunião de licitação, devidamente atualizada;

15.3. A recusa em assinar o contrato ou o não atendimento das condições previstas no subitem 15.2 implica a decadência do direito à contratação, sem prejuízo da aplicação de penalidades previstas no item



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

15.3.1. A decadência do direito à contratação autoriza ao CREA-PB a, independentemente de qualquer aviso ou notificação, revogar a licitação, ou convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, observado o subitem 2.6, para, atendendo ao subitem 15.2, assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato.

15.3.2. Não se aplicam às licitantes remanescentes as penalidades previstas no subitem 15.3.

15.4. Integrará o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pela licitante adjudicatária que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência.

15.5. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses podendo ser prorrogado, na forma da lei, observada a cláusula quarta do Anexo – Minuta do Contrato e a vigência máxima de 60 (sessenta) meses.

15.6. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Segunda do **Anexo** – Minuta do Contrato, consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de preço.

15.6.1. A forma e as condições de pagamento são as constantes da minuta do contrato.

15.7. A agência deverá centralizar o comando da publicidade do CREA/PB, comprovando no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da data da assinatura do contrato, que possuem nesta cidade estrutura de atendimento representada, no mínimo, pelos profissionais indicados:

I – um na área de atendimento;

II – um na área de planejamento e pesquisa;

III – um na área de criação;

IV – um nas área de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica;

V – dois na área de mídia.

16. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

16.1. O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em R\$ 207.000,00 (Duzentos e sete mil reais) pelos primeiros 12 (doze) meses.

16.2. As despesas decorrentes da contratação objeto deste Termo correrão à conta do Elemento de Despesa Orçamentária n.º 6.2.2.1.1.01.04.09.018 Serviço de Divulgação Institucional.

16.3. O CREA-PB se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

16.4. O CREA-PB poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

17. DISPOSIÇÕES FINAIS



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

17.1. A licitante é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação, de modo que a falsidade de qualquer documento apresentado ou a inverdade das informações nele contidas implicará a imediata desclassificação da licitante que o tiver apresentado.

17.2. É facultada à Comissão ou à autoridade superior efetuar, em qualquer fase da licitação, consultas ou promover diligências com vistas a esclarecer ou complementar a instrução do processo;

17.3. As situações não previstas neste Edital, inclusive as decorrentes de caso fortuito ou de força maior, serão resolvidas pela Comissão ou pela autoridade competente.

17.4. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento.

18.4.1. Os prazos estabelecidos neste Edital só se iniciam e vencem em dias de expediente do CREA-PB.

17.5. Este Edital e seus anexos, bem como a Proposta vencedora, farão parte integrante do contrato – Anexo 05, como se nele estivessem transcritos.

17.6. O conteúdo deste Edital e de seus anexos, bem como outros documentos que forem emitidos pelo CREA-PB e fornecidos às licitantes, são complementares entre si, devendo ser interpretados conforme os princípios que regem as licitações públicas.

17.7. Até a assinatura do contrato, as licitantes adjudicatárias poderão serem desclassificadas ou inabilitadas se o CREA-PB tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

17.8. Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com as contratadas for rescindido em relação a qualquer uma delas, o CREA-PB poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação verificada nesta Concorrência, para dar continuidade à execução do objeto, desde que aceitem as mesmas condições oferecidas pela contratada e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

17.9. 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.

17.10. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o CREA-PB comunicará os fatos verificados ao Ministério Público do Estado, para as providências devidas.

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

17.11.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei 8.666/93.

17.12. Integram este edital os seguintes documentos, como se dele fizessem parte:

a) ANEXO 01 – CARTA DE CREDENCIAMENTO;

b) ANEXO 02 – MODELO DE DECLARAÇÃO;



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

- c) ANEXO 03 – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO;
- d) ANEXO 04 – DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA;
- e) ANEXO 05 – MINUTA DE CONTRATO;
- f) ANEXO 06 – TERMO DE REFERÊNCIA/ BRIEFING.

18. FORO

18.1. É competente o Foro da comarca de João Pessoa-PB – Justiça Estadual – para dirimir quaisquer dúvidas oriundas da presente licitação.

João Pessoa/PB, 05 de novembro de 2020.

SERGIO QUIRINO DE ALMEIDA
Presidente da Comissão Permanente de Licitação



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

ANEXO 01
MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

OBJETO: Representação na licitação promovida pelo
CREA/PB

Concorrência Nº 01/2020

Por meio da presente carta, credenciamos o(a) Sr.(a)....., portador (a) da Cédula de Identidade n.e CPF..... a participar da Licitação instaurada pelo CREA/PB, na modalidade de Concorrência Nº 001/2020, na qualidade de REPRESENTANTE LEGAL, outorgando-lhe poderes para pronunciar-se em nome da Empresa, CNPJ, bem como retirar editais, apresentar Propostas e Documentos de Habilitação, participar de sessões públicas de abertura dessas Propostas e Documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e praticar todos os demais atos inerentes ao certame.

.....,de de 202....

OUTORGANTE

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



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

ANEXO 02
MODELO DE DECLARAÇÃO

Referência: Licitação promovida pelo

CREA/PB

Concorrência Pública nº 01/2020

Empresa inscrita no CNPJ n. por intermédio de seu representante o(a) Sr(a), portador (a) da Carteira de Identidade RG. N. e do CPF, DECLARA sob as penas da Lei:

1) Conhecimento do instrumento convocatório; ter recebido o invólucro n. 1, assim como todos os documentos e informações necessários à participação na Concorrência, conhecendo e acatando as condições para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;

2) Atendimento à Lei 8.666/93: que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos:

() Ressalva: contratar menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz.
(em caso afirmativo, assinalar).

3) Inexistência de impedimentos para a participação:

Que não incorre em nenhum dos casos relacionados no item 2.2. deste Edital.

4) Elaboração independente de Proposta:

a) Que a proposta apresentada foi elaborada de maneira independente;

b) Que a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da desta Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

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

d) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação; e

e) Que o conteúdo da proposta apresenta da para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do CREA/PB antes da abertura oficial das propostas.

..... de..... de 2020.

CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA
IDENTIFICAÇÃO DO CARGO/FUNÇÃO DO FIRMATÁRIO



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

ANEXO 03
MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

À
Comissão Permanente de Licitação do CREA-PB

Processo nº 1131638/2020

CONCORRÊNCIA nº 01/2020

Sessão Pública: ____/____/____, às ____:____:00

Nesta.

A empresa (~~razão social~~ *da licitante*) _____, sediada à _____ (endereço completo), com Inscrição Estadual nº _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, tendo recebido todos os documentos e informações necessárias para o cumprimento integral das obrigações do objeto da presente licitação, que trata da _____ (especificar o objeto), após cuidadoso exame e estudo do edital e seus anexos, e estando de acordo com seus termos e com a legislação nele indicada, vimos apresentar a nossa proposta conforme segue.

Declaramos que, na vigência do contrato oriundo do procedimento licitatório em epígrafe, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

- a) Aplicaremos desconto de ____% (.....) sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Paraíba – Sinapro, estabelecendo portanto em pontos nossa pontuação a ser aplicada neste item;
- b) Aplicaremos honorários de ____% (.....), relativos e pertinentes à supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços e suprimentos externos de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais contratados com fornecedores - tendo como limite do edital o máximo de 15% (dez por cento) -, estabelecendo portanto em pontos nossa pontuação a ser aplicada neste item;
- Obrigamo-nos, caso nos seja adjudicado o objeto da licitação em causa, a comparecer na data, horário e local estabelecido pela Comissão Especial de Licitação, para proceder à assinatura do Contrato.

Atenciosamente,

(Local e Data).....

.....
(representante legal da empresa)
CARIMBO DO CNPJ/MF

OBS.: O percentual de desconto a ser oferecido pela licitante incidirá sobre os custos internos de criação e montagem, apurados em relação aos previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Paraíba – Sinapro/PB.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

ANEXO 04
DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Declaramos para os devidos fins que a empresa (nome e CNPJ da licitante), estabelecida à (endereço da licitante), fornece(u) executa(ou) para (nome e CNPJ da empresa emitente), estabelecida à (endereço da empresa emitente), no período de/...../..... a/...../..... o(s) serviço(s) abaixo especificado(s), de forma adequada, atingindo plenamente os objetivos por nós desejados:

SERVIÇOS: como tal definidos no art. 2º e no seu parágrafo 1º, incisos I e II, a Lei 12.232/2010.

....., de de 202..

CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DA EMPRESA EMITENTE

Atenção: não serão aceitas declarações emitidas para agências de propaganda ou para suas respectivas filiais, que não sejam aquelas que efetivamente tenham assinado o contrato com a emitente.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

**ANEXO 05
MINUTA DO CONTRATO**

*Contrato n°..../... que entre si celebram o
CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E
AGRONOMIA DA PARAÍBA – CREA-PB e a
empresa.....*

I - CONTRATANTES:

O CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA, instituição pública, inscrito no CNPJ/MF sob o n°. 08.667.024/0001-00, localizado na Av. Dom Pedro I, n° 809 – Centro, João Pessoa/PB, neste ato representado por seu Presidente – Eng° Civil ANTÔNIO CARLOS DE ARAGÃO, doravante denominado CONTRATANTE e a Empresa....., CNPJ:, Rua, CEP, denominada **CONTRATADA**.

II - REPRESENTANTES:

Representa o **CONTRATANTE** seu Presidente o Eng° Civil **ANTÔNIO CARLOS ARAGÃO**, brasileira, portadora do RG n°....., devidamente inscrita no CPF, n° e a **CONTRATADA**, neste ato representado pelo Sr....., Portador do CPF, n°: e RG:..... SSP-., residente de domiciliado, ajustam o presente contrato, mediante as cláusulas e condições aqui estipuladas.

III - DA AUTORIZAÇÃO E LICITAÇÃO:

O presente contrato é celebrado em decorrência da autorização do Presidente, exarada em despacho constante do Processo n° 1131638/2020, CONCORRÊNCIA PÚBLICA n° 01/2020, que faz parte integrante e complementar deste Contrato, como se nele estivesse contido.

IV - FUNDAMENTO LEGAL:

O presente Contrato é regido pelas cláusulas e condições nele contidos, em conformidade ao que determina a Lei Federal n° 8.666/93, de 21/06/93, com alterações posteriores introduzidas pelas Leis n° 8.883/94 e 9.648/98; pelas Leis n° 4.680/65 e 12.232/2010, Decreto n° 57.690/66, Decreto n° 24.563, de 31.12.02; das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão), e pelas disposições do Edital de CONCORRÊNCIA n° 01/2020.

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1.1. Contratação de empresa de publicidade e propaganda para prestação de serviços referentes à divulgação institucional do Crea-PB através das redes sociais e de campanhas institucionais, com as especificações e demais exigências delimitadas neste Termo.

1.2. Compreendem os serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, incluindo o acompanhamento e orientação da comunicação institucional, assessoria e gerenciamento permanente de comunicação e marketing.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

1.3. Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- d) À produção e à execução técnica das peças e projetos criados;
- e) Ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;
- f) À criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.

1.3.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.2, “b” terão a finalidade de:

- d) Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do CONTRATANTE, o público-alvo, e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- e) Aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;
- f) Possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.4. Não se confundem com o objeto desta licitação, estando, portanto, fora da contratação, as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.

1.5. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 1.4 o patrocínio de mídia – assim entendido os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

1.6. A agência não poderá subcontratar outra agência de publicidade para a execução de serviços nos termos do art. 72, da Lei nº 8.666/93.

1.7. A agência atuará por ordem e conta do CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º, da Lei nº 4.680/65, na contratação de veículos e outros meios de divulgação para compra de tempo e espaço publicitários dos trabalhos previstos, bem como fornecedores de serviços especializados ou não para a produção e a execução técnica das peças, campanhas e materiais, além de serviços conexos e complementares.

CLÁUSULA SEGUNDA - DO PREÇO E FORMA DE PAGAMENTO

2.1 O pagamento será efetuado mediante a entrega da Nota Fiscal, em 1 (uma) via, de relatório mensal contendo as comprovações dos serviços efetuados e todos os documentos que comprovem a regularidade do INSS-CND; do FGTS-CRF; da Certidão Negativa de Tributos e Contribuições Federais da SRF e da Dívida Ativa da União; Certidão Negativa do Fisco Estadual e Municipal; Certidão Trabalhista (CNDT) e de outros exigíveis pelos órgãos competentes.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

2.2 O prazo para atestação da nota fiscal/fatura será de 3 (três) dias úteis contados a partir da data da apresentação ao representante da CONTRATANTE.

2.2.1 A atestação da nota fiscal/fatura apenas ocorrerá se cumpridas todas as exigências pactuadas.

2.2.2 O CONTRATANTE reserva-se no direito de recusar o pagamento de notas fiscais/faturas se algum ou alguns dos serviços não estiverem sido prestados conforme pactuado.

2.2.3 A nota fiscal deverá ser emitida pela CONTRATADA e com o mesmo nº de CNPJ que originou a contratação.

2.3 No caso de incorreção nos documentos apresentados serão restituídos à CONTRATADA para as correções necessárias, não respondendo o CONTRATANTE por quaisquer encargos resultantes de atrasos na liquidação dos pagamentos correspondentes.

2.4 O prazo para pagamento se inicia após a regularização da situação ou reapresentação do documento fiscal, fato esse que não poderá acarretar qualquer ônus adicional para o CONFEA/CREA, nem deverá haver prejuízo da prestação de serviços pela CONTRATADA.

2.5 O CREA reserva-se ao direito de suspender o pagamento se a prestação de serviços estiver em desacordo com as especificações.

2.6 A atestação das notas fiscais ou faturas correspondentes à prestação dos serviços caberá ao Fiscal do Contrato, chefe imediato ou outro servidor designado para esse fim.

2.7 O pagamento será efetuado pelo CONTRATANTE no prazo de 15 (quinze) dias, contado da data da atestação da nota fiscal/fatura.

2.8 Nenhum pagamento será efetuado à CONTRATADA enquanto pendente de liquidação de qualquer obrigação financeira, sem que isso gere direito a reajustamento de preços ou correção monetária.

2.9 O CONTRATANTE poderá deduzir do montante a pagar os valores correspondentes às multas ou indenizações devidas pela CONTRATADA, ou, ainda, glosar parte de serviços que não tenham sido executados, nos termos pactuados, garantido o contraditório e a ampla defesa.

2.10 Caso a CONTRATADA seja optante pelo Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte – SIMPLES, deverá apresentar, juntamente com a Nota Fiscal, a devida comprovação, a fim de evitar a retenção na fonte dos tributos e contribuições, de acordo com a Lei nº 9.317, de 5 de dezembro de 1996 e Lei Complementar nº 123, de 2006.

2.11 Aplicaremos desconto de _____ % (.....) sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Paraíba – Sinapro, estabelecendo portanto em pontos nossa pontuação a ser aplicada neste item;

2.12 Aplicaremos honorários de _____ % (.....), relativos e pertinentes à supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços e suprimentos externos de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais contratados com fornecedores - tendo como limite do edital o máximo de 15% (dez por cento) -, estabelecendo portanto em pontos nossa pontuação a ser aplicada neste item;

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



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

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

2.13.2. No caso do 2.3.1 deste contrato, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

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

CLÁUSULA TERCEIRA - DOS RECURSOS FINANCEIROS

3.1 Os recursos financeiros, destinados ao pagamento dos serviços objeto deste contrato, são originários do orçamento do CONTRATANTE, conforme a seguir descrito:

3.1.1. As despesas decorrentes da contratação objeto deste Termo correrão à conta do Elemento de Despesa Orçamentária n.º 6.2.2.1.1.01.04.09.018 Serviço de Divulgação Institucional.

CLÁUSULA QUARTA - DO PRAZO

4.1 O período de vigência deste Contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura.

4.2 O presente Contrato poderá ser prorrogado mediante termo aditivo, na forma prevista no art. 57, inciso II, da Lei 8.666/93, alterada pela Lei 8.648/98, a critério do CONTRATANTE.

4.3 Os serviços contratados poderão sofrer acréscimos de até 25% (vinte e cinco por cento) ou supressões em relação ao seu valor original atualizado referente à alteração na quantidade de serviços contratados estimados na cláusula segunda deste Contrato, nos expressos termos do § 1º do Art. 65 da Lei 8.666/93.

CLÁUSULA QUINTA - DA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

5.1 A agência de publicidade somente poderá executar qualquer tipo de serviço objeto deste CONTRATO após sua respectiva aprovação formal pelo CREA-PB.

5.1.1 O CREA-PB poderá acompanhar a execução dos serviços contratados, juntamente com um representante credenciado pela agência de publicidade.

5.1.2 A aprovação dos serviços não afasta a responsabilidade da agência de publicidade quanto à sua perfeita execução.

5.2 Os serviços contratados poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao especificado.

5.2.1 A não aceitação de serviços objeto deste CONTRATO, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do CREA-PB.

5.2.2 A agência de publicidade adotará as providências necessárias para que o serviço, quando não aceito, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado a suas expensas e nos prazos estipulados pelo CREA-PB, observado contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação – inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pelo CREA-PB – respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os dados e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

de sua culpa.

5.3 A fiscalização deste CONTRATO pelo CREA-PB será realizada pela Assessoria de Comunicação do Conselho.

5.3.1 A gestão e fiscalização deste CONTRATO em nada restringem a responsabilidade da agência de publicidade pela execução dos serviços.

5.3.2 A agência de publicidade 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 às exigências apresentadas pela fiscalização.

5.3.3 A agência de publicidade se obriga a permitir que a auditoria interna do CREA-PB ou auditoria externa por esta indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito à execução deste CONTRATO.

5.3.4 Serão anotadas registradas todas as ocorrências relacionadas com a execução contratual, cabendo à agência de publicidade atender, no prazo estipulado pelo CREA-PB às determinações para regularização das faltas ou defeitos observados.

5.4 O CREA-PB realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos, dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela agência de publicidade e envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.

5.5 Sem prejuízo de outras finalidades com objetivo semelhante ou complementar, a avaliação semestral será considerada instrumento para:

- I - solicitar à agência de publicidade a melhora da qualidade dos serviços prestados;
- II – subsidiar decisão sobre prorrogação e rescisão contratuais;
- III – subsidiar declaração sobre desempenho da agência de publicidade.

CLÁUSULA SEXTA - DAS OBRIGAÇÕES

6.1. São obrigações da CONTRATANTE:

6.1.1 Fiscalizar o perfeito cumprimento do objeto deste Contrato;

6.1.2 Prestar as informações e os esclarecimentos solicitados pela CONTRATADA, relacionado ao objeto desta contratação;

6.1.3 Notificar a CONTRATADA, no prazo de até 5 (cinco) dias, após a entrega dos relatórios, se necessário, sobre imperfeições, falhas ou irregularidades constatadas e quanto ao não atendimento das cláusulas contratuais pactuadas, informando as providências que serão adotadas e as respectivas penalidades;

6.1.4 Reter o pagamento, no todo ou em parte, caso a CONTRATADA não cumpra com qualquer das cláusulas contratuais firmadas ou não atenda as solicitações informadas, inclusive de garantia, ou substituição, sem gerar qualquer ônus ao CREA até a sua regularidade.

6.2. São obrigações da CONTRATADA:



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

6.2.1 Cumprir fielmente e integralmente ao pactuado, obedecendo às especificações, a qualidade, a eficiência, a presteza e a pontualidade, conforme os termos e prazos estabelecidos no Edital de Licitação;

6.2.2 Não transferir a outrem, no todo ou em parte, as obrigações advindas da presente licitação;

6.2.3 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de eventuais imprevistos relacionados à execução do presente objeto, a não ser na hipótese de culpa do CONTRATANTE;

6.2.4 A CONTRATADA é responsável também:

a) Pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais, comerciais e outros resultantes da execução do contrato, bem como quaisquer outros materiais e mão-de-obra necessários a consecução da contratação.

b) Por todos os encargos previdenciários e obrigações sociais previstos na legislação social e trabalhista em vigor, obrigando-se a saldá-los na época própria, vez que os seus empregados não manterão nenhum vínculo empregatício com o CONTRATANTE.

c) Pelos encargos de possível demanda trabalhista, civil ou penal, relacionada à execução deste contrato, originariamente ou vinculada por prevenção, conexão ou continência.

6.3 São expressamente vedadas a CONTRATADA:

6.3.1 A veiculação de publicidade acerca do contrato, salvo se houver prévia autorização da Administração do CREA.

6.3.2 A subcontratação, cessão ou transferência parcial ou total do objeto do presente contrato.

CLÁUSULA SÉTIMA - DAS PENALIDADES

7.1 Com fundamento no art. 28 do Decreto n.º 5.450/2005 e nos artigos 86 e 87 da Lei n.º 8.666/93, a CONTRATADA ficará sujeita às seguintes penalidades:

7.2 Advertência formal;

7.3 Multa, conforme abaixo descrito:

7.3.1 Para efeito de aplicações de penalidades em multa, às infrações são atribuídos graus e valores conforme as tabelas 1 e 2, a seguir:

TABELA 1	
GRAU	CORRESPONDÊNCIA
1	3% por dia sobre o valor global do Contrato
2	4% por dia sobre o valor global do Contrato
3	5% por dia sobre o valor global do Contrato

TABELA 2		
ITEM	DETALHAMENTO DA INFRAÇÃO	GRAU
A	Não cumprir fielmente e integralmente ao pactuado, obedecendo às especificações, a qualidade, a eficiência, a presteza e a pontualidade.	3



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

B	Não efetuar a entrega dos produtos nos prazos e termos pactuados.	3
C	Não efetuar a troca dos produtos considerados sem condições de uso, no prazo pactuado.	2
D	Suspender ou interromper, salvo motivo de força maior ou caso fortuito, todos ou em parte os serviços contratados.	3
E	Não assumir a responsabilidade pela entrega dos produtos/serviços, como fretes, tributos, contratação de funcionário, seguros e quaisquer outros encargos, nos termos pactuados.	2
F	Não acatar as orientações da fiscalização e deixar de prestar os esclarecimentos, nos termos pactuados.	2

7.4 Multa de 30% (trinta por cento) sobre o valor do contrato em caso de inexecução total da obrigação assumida.

7.5 Suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com a Administração do CREA, pelo prazo de até 02 (dois) anos, principalmente, em caso de não atendimento de chamado do CREA realizado no período do Contrato;

7.6 Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com o Sistema CONFEA/CREA/MÚTUA 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 Administração do CREA pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada com base no subitem anterior.

7.7 As sanções de multa poderão ser aplicadas à Contratada juntamente com a de advertência, suspensão temporária, impedimento ou de inidoneidade.

7.8 Comprovado impedimento ou reconhecida força maior, devidamente justificado e aceito pela Administração do Contratante, em relação a(s) penalidade(s) aplicada(s) a Contratada ficará isenta desta (s).

CLÁUSULA OITAVA - DA RESCISÃO

8.1 A inexecução total ou parcial do Contrato enseja a sua rescisão, conforme disposto nos artigos 77 a 80 da Lei n.º 8.666/93.

8.2 A rescisão do Contrato poderá ser:

8.2.1 Determinada por ato unilateral e escrito da Administração do CREA, nos casos enumerados nos incisos I a XII e XVII do artigo 78 da Lei n.º 8.666/93, notificando-se a CONTRATADA com a antecedência mínima de 30 (trinta) dias.

8.2.2 Amigável, por acordo entre as partes, reduzidas a termo no processo da licitação, desde que haja conveniência para a Administração do CREA.

8.2.3 Judicial, nos termos da legislação vigente sobre a matéria.

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

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



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

CLÁUSULA NONA - DO FORO

9.1 Fica eleito o foro da Comarca de João Pessoa/PB, para dirimir quaisquer dúvidas oriundas deste Contrato ou de sua interpretação, com renúncia expressa a qualquer outro, por privilegiado que possa ser.

E, por estarem, assim, justas e contratadas, firmam o presente Contrato em 03 (três) vias de igual teor e forma, para um mesmo efeito legal, juntamente com as testemunhas que a tudo assistiram.

João Pessoa/PB, dede 2020.

CONTRATANTE

CONTRATADA

ANTÔNIO CARLOS ARAGÃO
PRESIDENTE DO CREAPB

XXXXXXXXXXXXXXXXXX
Representante da Empresa

TESTEMUNHAS:

NOME:

CPF:

NOME:

CPF:

Assinatura

Assinatura



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

ANEXO 06

**TERMO DE REFERÊNCIA- ASCOM -
Contratação de empresa de publicidade e
propaganda para prestação de serviços
referentes à divulgação institucional do
CREA-PB.**

1. JUSTIFICATIVA

Considerando o que dispõe a Constituição Federal em seu art. 37, § 1º, que diz: “a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal”;

Considerando ainda o Regimento Interno do Confea, estabelecido pela Resolução Confea nº 1.015, de 2006, dispõe em seu art. 2º que o papel institucional consiste em ações regulamentadoras; contenciosas; promotoras de condições para o exercício, a fiscalização e o aperfeiçoamento das atividades profissionais (de forma isolada ou em parceria com os Creas); informativas de interesse público e administrativas;

Considerando que a comunicação pública está entre os Fundamentos do modelo de governança do TCU e que o Tribunal estabelece os componentes da governança em órgãos e entidades da Administração Pública, sendo um deles o estabelecimento e a divulgação de canais de comunicação com as diferentes partes interessadas e assegurar sua efetividade, considerando as características e possibilidades de acesso de cada público-alvo, além do compartilhamento assertivo de conteúdo específico, mais interação com o público, maior alcance de pessoas e mensuração de resultados, constitui-se como mecanismo imprescindível a busca por meios estratégicos e eficientes de divulgação, transparência e informação de ações de interesse profissional e social.

Desta feita, através dos seus canais de comunicação, o CREA-PB promove, continuamente, uma ampla divulgação de todas as ações do sistema profissional ao qual pertence. A relevância da manutenção e ampliação dessa comunicação consiste, portanto, no fomento à credibilidade institucional do Conselho, além de propiciar um canal direto e transparente de comunicação junto aos profissionais e a sociedade de uma forma geral, cumprindo com o que preceitua o modelo de governança da Administração Pública.

Para tanto, a veiculação de campanhas publicitárias institucionais a nível estadual, a produção de material gráfico informativo e a manutenção das mídias sociais, outrossim, contribuem para aproximar o Conselho do seu público alvo e promover de maneira contínua a informação e interação às quais a Comunicação Pública deve estar comprometida.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

2. OBJETO

O presente Termo tem como objeto traçar as diretrizes para contratação de empresa de publicidade e propaganda para prestação de serviços referentes à divulgação institucional do Crea-PB através das redes sociais e de campanhas institucionais, com as especificações e demais exigências delimitadas neste Termo.

2.1 Especificação do objeto

O objeto da presente Concorrência é a contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade, da transparência e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas e/ou de informar ao público, focados na divulgação dos serviços e ações do Conselho Regional de Engenharia e Agronomia da Paraíba – CREA/PB.

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

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- c) à produção e à execução técnica das peças e/ou material criados pela agência contratada.

2.1.1.1 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.1.1, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária, terão a finalidade de:

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

2.1.2 Os serviços previstos na alínea 'b', 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

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

2.2 Para a prestação dos serviços, será contratada uma (01) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante, proponente ou contratada.

2.2.1 Os serviços objeto desta Concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

2.2.2 A agência atuará por ordem e conta do CREA-PB, em conformidade com o art. 3º, da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a compra de tempo e/ou espaço publicitários.

2.2.3 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 2.

3. LOCAL DE EXECUÇÃO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

3.1 Os serviços deverão ser executados em João Pessoa-PB.

3.2 As reuniões de aprovação serão realizadas, salvo acordo de ambas as partes, na sede do CREA-PB em João Pessoa.

3.3 O planejamento de mídia e não-mídia deverá prever formas de distribuição em todo o Estado da Paraíba, a depender do assunto tema.

3.4 Para todas as campanhas poderão ser utilizados os veículos e instrumentos de comunicação institucional, desde que previamente acordado e autorizado pela Assessoria de Comunicação.

4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1 Poderá participar desta concorrência a licitante que:

a) atender às condições do Edital e apresentar os documentos nele exigidos;

b) cujo ramo de atividade seja compatível com o objeto da licitação, observadas as condições inerentes à habilitação;

c) não tenha sido declarada inidônea para licitar ou contratar com órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual ou Municipal;



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

4.2 Nenhuma licitante poderá participar desta Concorrência com mais de uma proposta.

4.3 Nenhuma pessoa física, ainda que munida de procuração, poderá representar mais de uma pessoa jurídica licitante. Esse representante, todavia, poderá fazer-se acompanhar de um assessor.

4.4 Também ficam impedidas de participar do certame pessoas jurídicas que, dentre seus dirigentes, suas equipes técnicas, bem como, dentre eventuais subcontratados, tenham pessoas com qualquer tipo de vínculo empregatício junto ao CREA/PB.

4.5 Só poderão participar os interessados que estiverem devidamente cadastrados no CREA-PB, nos termos da Lei Federal nº 8.666/93 e alterações e Lei nº 10.520/2002, obtendo declaração onde conste que a Empresa não possui nenhum débito ou fato impeditivo junto ao órgão, que fizerem em até 72 (setenta e duas) horas antes da licitação.

4.6 Não poderão participar da presente Licitação empresas:

a) concordatárias ou em processo de recuperação judicial ou de falência, em insolvência, sob concurso de credores, em dissolução ou em liquidação, ou em processo de recuperação extrajudicial;

b) que tenham sido declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública, ou que estejam com tal direito suspenso;

c) estrangeiras que não funcionem no País;

d) que estejam reunidas em consórcio e sejam controladoras, coligadas ou subsidiárias entre si, ou ainda, qualquer que seja sua forma de constituição;

e) cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto desta licitação;

f) distintas, através de um único representante, ou com participação societária e/ou representação legal em comum.

4.7 A participação na presente licitação implica: na aceitação plena e irrevogável de todas as condições expressas no Edital e em seus anexos; na observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor; e na responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e documentos apresentados em qualquer fase do processo.

4.8 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, não sendo o CREA-PB, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

5. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

5.1 O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em R\$ 207.000,00 (Duzentos e sete mil reais) pelos primeiros 12 (doze) meses.

5.1 As despesas decorrentes da contratação objeto deste Termo correrão à conta do Elemento de Despesa Orçamentária n.º 6.2.2.1.1.01.04.09.018 Serviço de Divulgação Institucional.

5.2 O CREA-PB se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

5.3 O CREA-PB poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

6. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

I – certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei 12.232/2010, art. 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);

II – Atestado de Capacidade Técnica Operacional em nome da empresa licitante, a serem expedido por empresas jurídicas que comprovem a prestação de serviços com características similares às do objeto desta licitação. Os atestados deverão ser apresentados em papel timbrado do emitente ou conter razão social, CNPJ, endereço, telefone e ser firmados pelos responsáveis legais.

III - Atestado de Capacidade Técnica, fornecidos por veículos de comunicação, dando conta do fiel cumprimento, por parte da licitante, dos compromissos por ela assumidos em nome de seus clientes. Os atestados deverão ser apresentados em papel timbrado do emitente ou conter razão social, CNPJ, endereço, telefone e ser firmados pelos responsáveis legais.

IV - Comprovação da licitante que possui em seu quadro permanente, na data prevista para entrega da proposta, profissional de nível superior com formação em uma das seguintes áreas: Comunicação (Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas), Publicidade ou Marketing, devendo a comprovação ser efetivada através da apresentação do diploma do mesmo e dos seguintes documentos:

- a) No caso de empregado da empresa, através da apresentação de cópia autenticada da ficha de registro de empregado, com o respectivo carimbo do Ministério do Trabalho ou do registro em Carteira de Trabalho e Previdência Social - CTPS em que conste a licitante como contratante, acompanhada pela GFIP gerada pelo sistema do Governo Federal com dados dos Ministérios da Fazenda e do Trabalho e Emprego, com emissão referente ao mês anterior à data da abertura do certame;



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

b) No caso de ser sócio-proprietário da empresa, através da apresentação do contrato social ou outro documento legal devidamente registrado na Junta Comercial.

7. INSTRUÇÕES PARA ELABORAÇÃO DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS

7.1 Os documentos concernentes a Habilitação constantes no Edital, Plano de Comunicação – Apócrifo, Plano de Comunicação identificado, Capacidade de atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e Proposta de Preços deverão ser apresentados em 5 (cinco) envelopes distintos, lacrados, contendo em seu exterior os seguintes dizeres:

ENVELOPE Nº 1 – PROPOSTA TÉCNICA-PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - via não identificada (Apócrifo):

Este ENVELOPE será fornecido gratuitamente pelo CREA-PB. Não poderá conter qualquer marca ou identificação externa ou interna da licitante em seu conteúdo.

CREA-PB

CONCORRÊNCIA Nº 01/2020

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

CNPJ DA LICITANTE

ENVELOPE Nº 2 – PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - via identificada:

ENVELOPE Nº 3 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO, CONJUNTO DE INFORMAÇÕES.

CONCORRÊNCIA Nº 01/2020

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

CNPJ DA LICITANTE

ENVELOPE Nº 4 – PROPOSTA DE PREÇOS:

CREA-PB

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

CNPJ DA LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 01/2020

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

ENVELOPE Nº 5– HABILITAÇÃO.

CREA-PB

CONCORRÊNCIA Nº 01/2020

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

CNPJ DA LICITANTE

PROPOSTA DE PREÇOS

7.2 Não serão aceitos ENVELOPES abertos ou sem a devida identificação. A exceção a essa regra é o ENVELOPE 1 PLANO DE COMUNICAÇÃO – Apócrifo, que não deverá ser identificado, porém deverá estar fechado.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

- 7.3 Com exceção do ENVELOPE 1 PLANO DE COMUNICAÇÃO – Apócrifo, todos os envelopes serão providenciados pela licitante e poderão ser constituídos de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- 7.4 O conteúdo dos ENVELOPES deve ser apresentado em 1 (uma) via de cada documento, com todas as folhas legíveis e numeradas sequencialmente, carimbadas e rubricadas, não sendo permitidas emendas, rasuras, entrelinhas ou ressalvas, todos devidamente assinados, exceto o conteúdo do ENVELOPE 1, que não deverá ser assinado ou identificado de qualquer forma.
- 7.5 O ENVELOPE 5 deverá conter os documentos de habilitação constantes no Edital e deverão ser apresentados em uma via, numerados e encadernados, e rubricados em todas as suas páginas por representante legal da licitante ou por seu preposto.
- 7.6 O Plano de Comunicação Apócrifo será apresentado no ENVELOPE 1, sem a identificação da empresa, sob pena de desclassificação caso contenha qualquer marca, sinal ou elemento que permita a identificação da proponente.
- 7.7 O Envelope nº 3 e os documentos nele acondicionados não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste no Plano de Comunicação Apócrifo e que permita a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope n.º 1, conforme inciso XIII, do artigo 6º, da Lei nº 12.232/10.
- 7.8 O conteúdo do Plano de Comunicação Apócrifo indicado no subitem 7.1 será obrigatoriamente acondicionado em ENVELOPE fornecido pelo CREA-PB a pedido da licitante.
- 7.9 O ENVELOPE do Plano de Comunicação Apócrifo a ser fornecido pelo Crea-PB será retirado pela licitante junto à Comissão Permanente de Licitação no seguinte endereço: Av. Dom Pedro I, 809, Centro-João Pessoa-PB, em dias úteis, das 8h às 13h.
- 7.10 O Plano de Comunicação – Identificado deverá se constituir em uma cópia da via não identificada (apócrifo), com a identificação da licitante e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificados.

8. PROPOSTA DE PREÇOS

- 8.1 A Proposta de Preços deverá ser elaborada informando o percentual de honorários, sem a quebra de percentual, na forma indicada no subitem 8.7.2 alínea “a” deste termo de referência, incidente sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a

A 9.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias; e o desconto, sob forma de percentual, na forma indicada no subitem 8.7.2 alínea “b” deste termo de referência, sem quebra de percentual, a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Paraíba (Sinapro-PB); evitando-se a inexecutabilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado:

a) não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços externos de produção; sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e sobre formas inovadoras de comunicação publicitária;

b) não será aceito desconto inferior a 40% (quarenta por cento) sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Paraíba (Sinapro-PB)

c) se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

d) os percentuais de honorários, assim como de desconto proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;

e) o percentual de honorários e os custos internos propostos deverão contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc);

8.2 A Proposta de Preços deverá adotar o modelo de Proposta de Preços (Anexo II).

8.3 Serão analisadas apenas as Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.

8.4 A classificação das Propostas de Preços observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação, referente ao percentual de honorários relativos (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias e de percentual de descontos sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Paraíba (Sinapro-PB)

8.5 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias, a contar da data da abertura da reunião de licitação.

8.6 PONTUAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

8.6.1 Na sessão pública designada pela Comissão de Licitações serão abertos os Invólucros nº 5 -



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

Proposta de Preços – que serão rubricadas pela Comissão de Licitação e pelas agências presentes ou por comissão de até três pessoas que representem as licitantes, por escolha das agências participantes presentes à sessão.

8.6.2 Feita a classificação das Propostas de Preços, serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios abaixo:

a) Percentual de honorários sobre (i) a produção e a execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, fixados nos limites estabelecidos no quesito 8.1:

PONTOS	PERCENTUAL HONORÁRIOS	DE
20	10% ou abaixo de 10%	
15	De 11% a 12%	
10	De 13% a 14%	
05	15%	

b) Desconto sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Paraíba (Sinapro-PB), que estiver em vigor, fixados nos limites estabelecidos no quesito 8.1:

PONTOS	DESCONTO SOBRE A TABELA DE CUSTOS INTERNOS
20	70% ou acima de 70%
15	De 61% a 70%
10	De 51% a 60%



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

05	De 40% a 50%
----	--------------

8.6.3 Serão consideradas as melhores propostas de preços aquelas que atingirem as maiores pontuações através da fórmula abaixo:

NFPP = Nota final da Proposta de Preços

D1 – Pontuação aplicada ao Percentual sobre honorários de produção externa

D2 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Paraíba (Sinapro-PB)

$$NFPP = \frac{D1 + D2}{2}$$

8.7 JULGAMENTO FINAL

8.7.1 A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo, conforme previsto no art. 46, parágrafo

2º, incisos I e II da Lei 8.666/93:

$$PF = (NFPT \times 0,80) + NFPP$$

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPP = Pontuação relativa à proposta de preços

8.7.2 Havendo empate, o desempate se dará através da atribuição da maior nota aos quesitos da proposta técnica, na seguinte ordem:

- Ideia Criativa;
- Estratégia de Comunicação Publicitária;
- Estratégia de Mídia e Não Mídia
- Repertório
- Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de problemas de Comunicação

8.7.3 Após a utilização do critério de desempate disposto no item 8.8.2, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio.

8.7.4 Não se considerará qualquer oferta e vantagem não prevista no termo de referência, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.

8.7.5 Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.

8.7.6 Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas as licitantes mais bem classificadas no julgamento final, com a aplicação da média ponderada, entre as Propostas



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

Técnicas e de preços - observado o disposto no subitem quesito 8.8.1.

9. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
I – Plano de Comunicação publicitária	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
II – Capacidade de Atendimento	
III – Repertório	
IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

9.3 A Proposta Técnica será apresentada no **Envelope nº 2 - Plano de Comunicação Apócrifo**, no **Envelope nº 3 - Plano de Comunicação – Identificado** e no **Envelope nº 4 - Capacidade de atendimento, Repertório e Relatos de soluções de problemas de Comunicação**.

9.4 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

9.4.1 A licitante deverá apresentar um plano de comunicação, observando o tema e outras informações constantes no *Briefing (Anexo)*. A campanha simulada deverá ser apresentada de acordo com os seguintes quesitos técnicos:

9.4.1.1 **Raciocínio básico:** apresentação de texto em, no máximo, 03 (três) páginas de papel tamanho A4, em que a licitante exporá seu entendimento sobre as informações apresentadas no *Briefing (Anexo)*, em especial sobre o problema de comunicação definido, descrevendo:

a) análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto no qual se insere;

b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

9.4.1.2 **Estratégia de comunicação publicitária:** apresentação de texto em, no máximo, 03 (três) páginas de papel tamanho A4, no qual a licitante deverá explorar o conceito e o partido temático que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar o problema de



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

comunicação apresentado no *Briefing* (Anexo I), formulando a defesa dessa opção e compreendendo:

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;
- b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

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

- a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*, com a descrição de cada uma;
- b) exemplos das peças que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária;

9.4.1.3.1 Se a campanha proposta pela licitante prever número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no item 9.4.1.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

9.4.1.3.2 Os exemplos de peças publicitárias estão limitados à quantidade de três, independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, layout ou storyboard impressos, para qualquer meio;
- b) 'monstro' ou layout eletrônico, para o meio rádio;
- c) storyboard ou animatic, para os meios TV, cinema e internet;
- d) 'boneca' ou layout montado dos materiais de não mídia.

9.4.1.3.3 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro poderão ser dobradas.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

9.4.1.3.4 Na elaboração de 'monstro' ou layout eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

9.4.1.3.5 Na elaboração do storyboard ou animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.

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

9.4.1.3.7 Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de três, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, banner de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como outdoor, envelopamento de veículo, adesivagem de finger, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um hotsite e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;
- e) um filme e o hotsite que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;
- f) um banner e o hotsite por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

9.4.1.3.8 Na apresentação de proposta de hotsite não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

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

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

9.4.1.4.1 Neste quesito a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

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

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

9.4.1.4.3 O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.
- h) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

9.4.1.4.4 Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;
- c) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- d) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

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

9.5 O Plano de Comunicação Publicitária – Apócrifo deverá ser apresentado da seguinte forma:

- a) Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco, não deverão ser usadas sobrecapas em plástico, acetato ou qualquer outro material;
- c) Conteúdo impresso em papel A4, tipo offset ou equivalente, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
- d) Espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) Espaçamento ‘simples’ entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) Alinhamento justificado do texto;
- h) Texto e numeração de páginas em fonte ‘arial’, cor ‘automático’, tamanho ‘12 pontos’;
- i) Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da folha;
- j) Sem identificação da licitante;
- k) Não serão permitidas notas de rodapé no corpo do texto a nenhum título, exceto como adjuvante dos gráficos e tabelas, nos itens em que estes são expressamente permitidos;
- l) Os gráficos, tabelas e planilhas poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores;

9.6 – Instruções relativas ao **Plano de Comunicação Publicitária**, que deverá atentar para as seguintes observações:

- a) fica a critério da licitante a definição das praças a serem consideradas na simulação da campanha publicitária e de mídia;
- b) na simulação de mídia a proponente deve considerar os valores reais das tabelas de preços dos veículos de comunicação;
- c) não serão admitidos descontos ou eventuais benefícios decorrentes de programas de incentivos oferecidos por veículos de comunicação;
- d) com referência à campanha publicitária simulada da proposta vencedora, o CREA/PB poderá, a seu juízo, decidir pela sua produção e veiculação, com ou sem modificações, na vigência do contrato;
- e) será desclassificada a proposta que apresentar valor superior à verba referencial estimada (Anexo I).

9.7 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

9.7.1 A Capacidade de Atendimento da licitante deverá ser constituída por caderno específico composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

- a) A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) a qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;
- d) os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste termo de referência, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior;
- e) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.
- f) a sistemática de atendimento e os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- g) as informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do CREA-PB, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

9.7.2 Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 9.7.1 deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4 ou A3 dobrado, com ou sem o uso de cores, em fonte "arial", tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

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

9.8 REPERTÓRIO

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

9.8.2 No caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 03 (três) peças e ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

- a) as peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2010;
- b) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em PEN DRIVE, no qual esteja gravado apenas o conteúdo referente ao envelope nº 4, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentado separadamente (solto);
- c) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou serem apresentadas separadamente (soltas);
- d) Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.
- e) formatação na orientação retrato, em fonte “arial”, tamanho”12 pontos”, com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos;
- f) edição em papel A4 ou A3, de 75 ou 90 gr., preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação das dimensões originais das peças neles contidas.

9.8.3 Para cada peça e ou material previstos no subitem 9.8.2, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

9.8.4 A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido no subitem 9.8.2 implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

9.8.5 A proporcionalidade a que se refere o subitem 9.8.4 será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 10.5.

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

9.9 – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

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

9.9.2 As propostas de que trata o subitem 6.5 devem ter recebido a autorização para sua produção ou ter sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2010.

9.9.3 A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista no subitem 10.5.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

9.9.4 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes ou ex-clientes, desde que estes tenham sido atendidos em período posterior a 31 de dezembro de 2009 e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que o CREA-PB seja ou tenha sido signatário.

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

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

9.9.7 Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em PEN DRIVE, no qual esteja gravado apenas o conteúdo referente ao envelope nº 4, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentado separadamente (solto);

b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado ou ser apresentadas separadamente (soltas), preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais: Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

c) para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

d) os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no item 9.9 deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, em fonte "arial" tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seu atos constitutivos.

10. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de TÉCNICA E PREÇO, nos termos do art. 5º da Lei 12.232/2010 e dos arts. 45, parágrafo 1º, III e 46, parágrafo 2º, incisos I e II da Lei 8.666/93, sendo que é estabelecido o peso 0,80 para a Proposta Técnica e peso 0,20 para a Proposta de Preço.

10.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por "Subcomissão Técnica", constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o CREA-PB.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

10.3 A escolha dos membros da “Subcomissão Técnica” dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o CREA-PB.

10.4 O julgamento das Propostas Técnicas será realizado pela Subcomissão Técnica, prevista no item 10.2, que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela licitante:

10.4.1 Plano de Comunicação

10.4.1.1 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

- a) das características do CREA-PB e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do CREA-PB com seus públicos;
- c) do papel do CREA-PB no atual contexto social, político e econômico.

10.4.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) adequação do conceito e do partido temático proposto à natureza e à qualificação do CREA-PB e a sua comunicação e/ou a seu problema específico de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do CREA-PB com seus públicos;
- d) a adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação do CREA-PB;
- e) consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação proposta;

10.4.1.3 Ideia Criativa

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação do CREA-PB;
- 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;



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

- e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) sua pertinência às atividades do CREA-PB e à sua inserção na sociedade;
- g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) a exequibilidade das peças;
- i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

10.4.1.4 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;
- d) a pertinência da mídia escolhida, a oportunidade e a economicidade no uso de recursos próprios de comunicação do CREA-PB;
- 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.

10.4.1.5 Capacidade de Atendimento

- a) Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do CREA-PB;
- d) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) Operacionalidade do relacionamento entre o CREA-PB e a licitante, esquematizado na proposta;



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

f) Relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do CREA-PB, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato

10.4.1.6 Repertório

- a) ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
- b) qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
- c) clareza da exposição das informações prestadas;

10.4.1.7 Relatos de soluções de problemas de Comunicação

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

10.5 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesitos e subquesito:

I – Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)

- a) Raciocínio Básico: 5 (cinco);
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte);
- c) Idéia criativa: 25 (vinte e cinco);
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia – 15 (quinze).

II – Capacidade de Atendimento: 15 (quinze)

III – Repertório: 10 (dez)

IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez)

10.5.1. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no item 10.5, obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.

10.5.2 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos a ele ou a seus subquesitos pelos membros da Subcomissão Técnica.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

10.5.3 A subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20 (vinte) por cento da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos no Edital.

10.5.4 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação dos quesitos ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou a subquesito reavaliado, a qual será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

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

10.5.6 Será desclassificada a licitante que:

- a) não observar as determinações e as exigências do Edital;
- b) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos de sua Proposta Técnica;
- c) não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- d) tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.

10.5.7 Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as maiores notas, observadas as condições mínimas indicadas no subitem 10.5.6, b) e c).

10.5.8 Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquesitos ideia criativa, estratégia de comunicação publicitária, estratégia de mídia e não mídia e nos quesitos capacidade de atendimento, relatos de soluções de problemas de comunicação e repertório.

10.5.9 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

10.5.10 Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas as licitantes mais bem classificadas na Proposta Técnica.

10.5.11 A nota da proposta técnica será apurada segundo a metodologia a seguir.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

PLANO DE COMUNICAÇÃO

1. RACIOCÍNIO BÁSICO: CRITÉRIO: Texto de até 3 (três) páginas em que a licitante explicita seu conhecimento geral sobre o CREA-PB e entendimento:	
QUESITOS PONTUAÇÃO	PONTUAÇÃO
a) Das características do CREA-PB e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. (01 ponto)	
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do CREA-PB com seus públicos (01 ponto)	
c) Do papel do CREA-PB no atual contexto social, político e econômico. (01 ponto)	
d) O desafio/problema da comunicação expresso no <i>Briefing</i> (02 ponto)	
SUBTOTAL (MÁXIMO 5 PONTOS)	
2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO CRITÉRIO: Texto de até 3 (três) páginas em que a licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação do CREA-PB	
QUESITOS PONTUAÇÃO	PONTUAÇÃO
a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas do CREA-PB, conforme briefing. (07 pontos)	
b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa. (04 pontos)	
c) A riqueza dos desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do CREA-PB com seus públicos. (02 pontos)	
d) Adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema de comunicação (07 pontos)	
e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta. (03 pontos)	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

f) Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária, o desafio da comunicação expresso no briefing, seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível. (02 pontos)	
SUBTOTAL (MÁXIMO 25 PONTOS)	
3. IDEIA CRIATIVA CRITÉRIO: Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem:	
QUESITOS PONTUAÇÃO	PONTUAÇÃO
a) Adequação ao problema específico de comunicação do CREA-PB (05 pontos)	
b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos do CREA-PB (02 pontos)	
c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações e a adequação ao universo cultural do público-alvo. (03 pontos)	
d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem. (03 pontos)	
e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta. (02 pontos)	
f) Sua pertinência à atividade desenvolvida pelo CREA-PB e sua inserção na sociedade. (03 pontos)	
g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas. (03 pontos)	
h) A exequibilidade das peças e/ou do material. (02 pontos)	
i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios e públicos propostos. (02 pontos)	
SUBTOTAL (MÁXIMO 25 PONTOS)	
4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA CRITÉRIO: Texto de até 3 (três) páginas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.	

f q



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

QUESITOS PONTUAÇÃO	PONTUAÇÃO
a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários. (02 pontos)	
b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos. (02 pontos)	
c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores. (04 pontos)	
d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do CREA-PB (01 ponto)	
e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças. (03 pontos)	
f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. (03 pontos)	
SUBTOTAL (MÁXIMO 15 PONTOS)	
5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO CRITÉRIO: Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	
QUESITOS PONTUAÇÃO	PONTUAÇÃO
a) Porte e tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado. (01 ponto)	
b) Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias. (03 pontos)	
c) Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do CREA-PB. (03 pontos)	
d) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato. (01 ponto)	
c) A relevância e a utilidade das informações de comunicação que serão colocadas regularmente a disposição do CREA-PB, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato. (01 ponto)	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

d) A operacionalidade do relacionamento entre o CREA-PB e a licitante, a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta. (01 ponto)	
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)	
6. REPERTÓRIO CRITÉRIO: Apresentação de peças com apresentação sucinta do problema que se propõe.	
QUESITOS PONTUAÇÃO	PONTUAÇÃO
a) Ideia criativa e sua pertinência. (04 pontos)	
b) Clareza da exposição do problema publicitário. (02 pontos)	
c) Qualidade da execução do acabamento. (04 pontos)	
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)	
7. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO CRITÉRIO: "Case histories" formalmente referendados pelos respectivos anunciantes	
QUESITOS PONTUAÇÃO	PONTUAÇÃO
a) Concatenação lógica da exposição. (02 pontos)	
b) Evidência de planejamento publicitário. (02 pontos)	
c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. (03 pontos)	
d) Relevância dos resultados apresentados. (03 pontos)	
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)	
TOTAL GERAL (MÁXIMO DE 100 PONTOS)	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

11. DAS OBRIGAÇÕES

11.1. São obrigações da CONTRATANTE:

11.1.1 Fiscalizar o perfeito cumprimento do objeto deste Contrato;

11.1.2 Prestar as informações e os esclarecimentos solicitados pela CONTRATADA, relacionado ao objeto desta contratação;

11.1.3 Notificar a CONTRATADA, no prazo de até 5 (cinco) dias, após a entrega dos relatórios, se necessário, sobre imperfeições, falhas ou irregularidades constatadas e quanto ao não atendimento das cláusulas contratuais pactuadas, informando as providências que serão adotadas e as respectivas penalidades;

11.1.4 Reter o pagamento, no todo ou em parte, caso a CONTRATADA não cumpra com qualquer das cláusulas contratuais firmadas ou não atenda as solicitações informadas, inclusive de garantia, ou substituição, sem gerar qualquer ônus ao CREA até a sua regularidade.

11.2. São obrigações da CONTRATADA:

11.2.1 Cumprir fielmente e integralmente ao pactuado, obedecendo às especificações, a qualidade, a eficiência, a presteza e a pontualidade, conforme os termos e prazos estabelecidos no Edital de Licitação;

11.2.2 Não transferir a outrem, no todo ou em parte, as obrigações advindas da presente licitação;

11.2.3 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de eventuais imprevistos relacionados à execução do presente objeto, a não ser na hipótese de culpa do CONTRATANTE;

11.2.4 A CONTRATADA é responsável também:

a) Pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais, comerciais e outros resultantes da execução do contrato, bem como quaisquer outros materiais e mão-de-obra necessários a consecução da contratação.

b) Por todos os encargos previdenciários e obrigações sociais previstos na legislação social e trabalhista em vigor, obrigando-se a saldá-los na época própria, vez que os seus empregados não manterão nenhum vínculo empregatício com o CONTRATANTE.

c) Pelos encargos de possível demanda trabalhista, civil ou penal, relacionada à execução deste contrato, originariamente ou vinculada por prevenção, conexão ou continência.

11.3 São expressamente vedadas a CONTRATADA:



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

11.3.1 A veiculação de publicidade acerca do contrato, salvo se houver prévia autorização da Administração do CREA.

11.3.2 A subcontratação, cessão ou transferência parcial ou total do objeto do presente contrato.

12. EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

12.1 A agência de publicidade somente poderá executar qualquer tipo de serviço objeto deste CONTRATO após sua respectiva aprovação formal pelo CREA-PB.

12.1.1 O CREA-PB poderá acompanhar a execução dos serviços contratados, juntamente com um representante credenciado pela agência de publicidade.

12.1.2 A aprovação dos serviços não afasta a responsabilidade da agência de publicidade quanto à sua perfeita execução.

12.2 Os serviços contratados poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao especificado.

12.2.1 A não aceitação de serviços objeto deste CONTRATO, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do CREA-PB.

12.2.2 A agência de publicidade adotará as providências necessárias para que o serviço, quando não aceito, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado a suas expensas e nos prazos estipulados pelo CREA-PB, observado contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação – inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pelo CREA-PB – respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os danos e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.

12.3 A fiscalização deste CONTRATO pelo CREA-PB será realizada pela Assessoria de Comunicação do Conselho.

12.3.1 A gestão e fiscalização deste CONTRATO em nada restringem a responsabilidade da agência de publicidade pela execução dos serviços.

12.3.2 A agência de publicidade 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 às exigências apresentadas pela fiscalização.

12.3.3 A agência de publicidade se obriga a permitir que a auditoria interna do CREA-PB ou auditoria externa por esta indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito à execução deste CONTRATO.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

12.3.4 Serão anotadas registradas todas as ocorrências relacionadas com a execução contratual, cabendo à agência de publicidade atender, no prazo estipulado pelo CREA-PB às determinações para regularização das faltas ou defeitos observados.

12.4 O CREA-PB realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos, dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela agência de publicidade e envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.

12.5 Sem prejuízo de outras finalidades com objetivo semelhante ou complementar, a avaliação semestral será considerada instrumento para:

- I - solicitar à agência de publicidade a melhora da qualidade dos serviços prestados;
- II – subsidiar decisão sobre prorrogação e rescisão contratuais;
- III – subsidiar declaração sobre desempenho da agência de publicidade.

13. DA ATESTAÇÃO E DO PAGAMENTO

13.1 O pagamento será efetuado mediante a entrega da Nota Fiscal, em 1 (uma) via, de relatório mensal contendo as comprovações dos serviços efetuados e todos os documentos que comprovem a regularidade do INSS-CND; do FGTS-CRF; da Certidão Negativa de Tributos e Contribuições Federais da SRF e da Dívida Ativa da União; Certidão Negativa do Fisco Estadual e Municipal; Certidão Trabalhista (CNDT) e de outros exigíveis pelos órgãos competentes.

13.2 O prazo para atestação da nota fiscal/fatura será de 3 (três) dias úteis contados a partir da data da apresentação ao representante da CONTRATANTE.

13.2.1 A atestação da nota fiscal/fatura apenas ocorrerá se cumpridas todas as exigências pactuadas.

13.2.2 O CONTRATANTE reserva-se no direito de recusar o pagamento de notas fiscais/faturas se algum ou alguns dos serviços não estiverem sido prestados conforme pactuado.

13.2.3 A nota fiscal deverá ser emitida pela CONTRATADA e com o mesmo nº de CNPJ que originou a contratação.

13.3 No caso de incorreção nos documentos apresentados serão restituídos à CONTRATADA para as correções necessárias, não respondendo o CONTRATANTE por quaisquer encargos resultantes de atrasos na liquidação dos pagamentos correspondentes.

13.4 O prazo para pagamento se inicia após a regularização da situação ou reapresentação do documento fiscal, fato esse que não poderá acarretar qualquer ônus adicional para o CONFEA/CREA, nem deverá haver prejuízo da prestação de serviços pela CONTRATADA.

13.5 O CREA reserva-se ao direito de suspender o pagamento se a prestação de serviços estiver em desacordo com as especificações.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

13.6 A atestação das notas fiscais ou faturas correspondentes à prestação dos serviços caberá ao Fiscal do Contrato, chefe imediato ou outro servidor designado para esse fim.

13.7 O pagamento será efetuado pelo CONTRATANTE no prazo de 15 (quinze) dias, contado da data da atestação da nota fiscal/fatura.

13.8 Nenhum pagamento será efetuado à CONTRATADA enquanto pendente de liquidação de qualquer obrigação financeira, sem que isso gere direito a reajustamento de preços ou correção monetária.

13.9 O CONTRATANTE poderá deduzir do montante a pagar os valores correspondentes às multas ou indenizações devidas pela CONTRATADA, ou, ainda, glosar parte de serviços que não tenham sido executados, nos termos pactuados, garantido o contraditório e a ampla defesa.

13.10 Caso a CONTRATADA seja optante pelo Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte – SIMPLES, deverá apresentar, juntamente com a Nota Fiscal, a devida comprovação, a fim de evitar a retenção na fonte dos tributos e contribuições, de acordo com a Lei nº 9.317, de 5 de dezembro de 1996 e Lei Complementar nº 123, de 2006.

14. DA VIGÊNCIA E DA EXECUÇÃO DO OBJETO

O período de execução e vigência do contrato será de 12 (doze) meses, contados da data de assinatura do contrato.

15. DO REAJUSTE

15.1 Não haverá reajustamento de preços.

16. DA RESCISÃO

16.1 A inexecução total ou parcial do Contrato enseja a sua rescisão, conforme disposto nos artigos 77 a 80 da Lei n.º 8.666/93.

16.2 A rescisão do Contrato poderá ser:

16.2.1 Determinada por ato unilateral e escrito da Administração do CREA, nos casos enumerados nos incisos I a XII e XVII do artigo 78 da Lei n.º 8.666/93, notificando-se a CONTRATADA com a antecedência mínima de 30 (trinta) dias.

16.2.2 Amigável, por acordo entre as partes, reduzidas a termo no processo da licitação, desde que haja conveniência para a Administração do CREA.

16.2.3 Judicial, nos termos da legislação vigente sobre a matéria.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

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

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

17. DAS PENALIDADES CONTRATUAIS

17.1 Com fundamento no art. 28 do Decreto n.º 5.450/2005 e nos artigos 86 e 87 da Lei n.º 8.666/93, a CONTRATADA ficará sujeita às seguintes penalidades:

17.2 Advertência formal;

17.3 Multa, conforme abaixo descrito:

17.3.1 Para efeito de aplicações de penalidades em multa, às infrações são atribuídos graus e valores conforme as tabelas 1 e 2, a seguir:

TABELA 1	
GRAU	CORRESPONDÊNCIA
1	3% por dia sobre o valor global do Contrato
2	4% por dia sobre o valor global do Contrato
3	5% por dia sobre o valor global do Contrato

TABELA 2		
ITEM	DETALHAMENTO DA INFRAÇÃO	GRAU
A	Não cumprir fielmente e integralmente ao pactuado, obedecendo às especificações, a qualidade, a eficiência, a presteza e a pontualidade.	3
B	Não efetuar a entrega dos produtos nos prazos e termos pactuados.	3
C	Não efetuar a troca dos produtos considerados sem condições de uso, no prazo pactuado.	2
D	Suspender ou interromper, salvo motivo de força maior ou caso fortuito, todos ou em parte os serviços contratados.	3
E	Não assumir a responsabilidade pela entrega dos produtos/serviços, como fretes, tributos, contratação de funcionário, seguros e quaisquer outros encargos, nos termos pactuados.	2
F	Não acatar as orientações da fiscalização e deixar de prestar os esclarecimentos, nos termos pactuados.	2

17.4 Multa de 30% (trinta por cento) sobre o valor do contrato em caso de inexecução total da obrigação assumida.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

17.5 Suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com a Administração do CREA, pelo prazo de até 02 (dois) anos, principalmente, em caso de não atendimento de chamado do CREA realizado no período do Contrato;

17.6 Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com o Sistema CONFEA/CREA/MÚTUA 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 Administração do CREA pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada com base no subitem anterior.

17.7 As sanções de multa poderão ser aplicadas à Contratada juntamente com a de advertência, suspensão temporária, impedimento ou de inidoneidade.

17.8 Comprovado impedimento ou reconhecida força maior, devidamente justificado e aceito pela Administração do Contratante, em relação a(s) penalidade(s) aplicada(s) a Contratada ficará isenta desta (s).

18. ANEXOS

ANEXO 1 deste Termo de Referência – BRIEFING

ANEXO 2 deste Termo de Referência – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

ANEXO 3 - TABELA DE PREÇOS REFERENCIAIS DO SINAPRO-PB

João Pessoa, 07 de outubro de 2020.

Grazielle Uchôa

Assessora de Comunicação

Matrícula – 250



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

ANEXO I

“BRIEFING”

CLIENTE:

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA

ENDEREÇO:

Avenida Dom Pedro I, 809 – Tambiá, CEP – 58020-538 – João Pessoa/PB

ATRIBUIÇÕES:

O Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Estado da Paraíba – CREA-PB é uma entidade autárquica de fiscalização do exercício e das atividades profissionais de Engenheiros, Agrônomos, Geólogos, Geógrafos, Meteorologistas, Tecnólogos e demais títulos das Geociências, em jurisdição que compreende o Estado da Paraíba.

Dotado de personalidade jurídica de direito público, constituindo serviço público federal, vinculada ao Conselho Federal de Engenharia e Agronomia - CONFEA, com sede e foro na cidade de João Pessoa e jurisdição no Estado da Paraíba, o CREA-PB foi instituído pela Resolução nº 165, de 27 de outubro de 1967, na forma estabelecida pelo Decreto Federal nº 23.569, de 11 de dezembro de 1933, e mantida pela Lei nº 5.194, de 24 de dezembro de 1966, para exercer papel institucional de primeira e segunda instâncias no âmbito de sua jurisdição.

HISTÓRIA

Antes denominado Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia, o CREA da 16ª região foi criado em 1967, com sede em João Pessoa e jurisdição nos Estados da Paraíba e Rio Grande do Norte (Resolução nº 165, de 27 de outubro de 1967). Em 23 de março de 1968 passou a atender exclusivamente o Estado da Paraíba e, em 1972, adquiriu sua sede própria no endereço que até hoje está localizado, na Av. Dom Pedro I, centro da capital paraibana. No final de 2011, com a saída dos arquitetos para a criação do seu próprio Conselho profissional, passou a constituir-se como Conselho de Engenharia e Agronomia do Estado da Paraíba. Ao longo de sua história, o CREA-PB contou com 11 presidentes e, a partir de 2018, passou a ser presidido pelo engenheiro civil Antonio Carlos de Aragão.

Negócio

Registro e Fiscalização do Exercício Profissional.

Missão

Atender à sociedade com ética, eficiência e eficácia, assegurando que a Engenharia, a Agronomia e afins sejam exercidas por profissionais e empresas legalmente habilitados.

Visão



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

Fiscalizar o exercício da profissão, valorizando o profissional e assegurando serviços de qualidade à sociedade.

Valores

Ética; Valorização profissional; Valorização pessoal; Compromisso; Inovação; Universalidade; Integração; Excelência; Credibilidade; Capacitação; Transparência.

OBJETIVOS E CONSTITUIÇÃO:

O CREA/PB é administrado por um Presidente eleito diretamente pelos profissionais e uma Diretoria eleita em Plenário pelos Conselheiros. O Plenário do CREA/PB é constituído por profissionais das mais diversas áreas tecnológicas oriundos das Associações de classes e instituições de ensino, somando 43 conselheiros, divididos em cinco Câmaras Especializadas: Civil e Agrimensura, Agronomia, Elétrica, Geologia e Minas, e Mecânica/Metalurgia e Química, além das Comissões de Ética, Segurança do Trabalho, Orçamento e Tomada de Contas, Renovação do Terço do Plenário, de Meio Ambiente e de Educação e Atribuição Profissional.

É na sede do CREA/PB, localizada no centro de João Pessoa, que se encontra toda a estrutura administrativa e operacional, incluindo a Presidência, Superintendência, Assessorias e Estrutura gerencial, comportando cinco departamentos, cinco assessorias especiais, além da Ouvidoria e da Controladoria.

PÚBLICO ALVO:

Usuários de serviços de Engenharia, Agronomia, Geografia, Geologia e Meteorologia:

O CREA/PB foi criado para amparar a sociedade por intermédio da fiscalização, garantindo a responsabilidade técnica dos profissionais aos serviços por eles prestados.

Profissionais da área tecnológica.

Todos os engenheiros, agrônomos, geógrafos, geólogos, meteorologistas e tecnólogos das áreas tecnológicas, para exercerem legalmente sua profissão, dependem de prévio registro no Conselho.

Entidades de Classe, Sindicatos e Instituições de Ensino

São parceiros importantes por sua inserção regional, garantindo a presença incontestada das atividades profissionais da sociedade.

Iniciativa Privada e Órgãos Públicos

Parceiros na atuação conjunta em objetivos comuns.

ATUAÇÃO DO CREA/PB:



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

Há 53 anos o CREA/PB trabalha valorizando os profissionais da área tecnológica para que a sociedade tenha mais segurança, tranquilidade e qualidade de vida. Sua atuação se renova a cada dia, gerando desenvolvimento e sustentabilidade, na construção de um País melhor. Com a missão de apoiar, orientar, fiscalizar e aprimorar as competências dos profissionais que estão por trás da maioria dos avanços que a nossa sociedade experimenta hoje, o Conselho tem sua fiscalização voltada para um perfil mais educativo, orientativo e preventivo, fazendo com que tanto estes profissionais como a comunidade que contrata seus serviços tenham mais consciência de suas responsabilidades.

As ideias e os projetos dos profissionais do sistema Confea/Crea afetam diretamente a sociedade e o meio ambiente. Dentro dessa realidade, o CREA/PB busca oferecer suporte para que engenheiros, agrônomos, geólogos, geógrafos, meteorologistas e tecnólogos absorvam rapidamente as evoluções no setor da tecnologia. São cerca de 15 mil profissionais registrados e 6 mil empresas. Para atender a Paraíba, o CREA possui 7 Inspetorias Regionais, que levam os serviços do Conselho para perto dos profissionais em todo estado com o máximo de agilidade. As inspetorias estão localizadas em: Campina Grande, Guarabira, Souza, Pombal, Patos, Cajazeiras e Itaporanga.

O reconhecimento da contribuição do público interno, formado por cerca de 91 funcionários em todo estado, é também uma das prioridades da administração.

ESTRUTURA DE COMUNICAÇÃO E SERVIÇOS:

A Assessoria de Comunicação do CREA/PB, constituída de uma jornalista e um estagiário, é responsável por acompanhar os serviços prestados pela Agência de Publicidade contratada, e ainda a produção, acompanhamento da produção e ou alimentação dos seguintes veículos: Home Page, Redes Sociais, Portal da Transparência, além da produção de folders, cartazes, banners e outros produtos confeccionados, bem como campanhas de comunicação interna e externa, relacionamento com veículos de comunicação, cobertura de eventos institucionais e produção de conteúdo e imagens.

DESAFIOS PARA 2021:

A gestão do CREA/PB pauta-se na valorização da engenharia como um todo, lutando para intensificar a inserção do trabalho de seus profissionais nas grandes questões sociais que contemplam esta atuação. Em 2020, o mundo foi surpreendido pela pandemia da COVID-19, que levou à paralisação de vários setores econômicos, dentre eles, alguns da Engenharia. Empresas e profissionais, em especial, os autônomos, tiveram a sua carga de trabalho reduzida, uma vez que o estado da Paraíba passou meses sob o Decreto estadual que paralisou obras e instituiu o isolamento social como medida preventiva.

Sensível à realidade dessas empresas e profissionais, o Sistema CONFEA/CREA prorrogou o pagamento da Anuidade 2020 de março para setembro do mesmo ano, em uma tentativa de mitigar os efeitos danosos da pandemia aos seus registrados.

Em mais uma demonstração de sensibilidade ao atual cenário econômico do país e os reflexos da crise econômica acentuada pela pandemia de covid-19, o Plenário do CONFEA,



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

durante a Sessão Plenária nº 1543, aprovou que o valor da Anuidade não seja reajustado em 2021, mantendo-se o mesmo valor de 2020.

Apesar do benefício para o registrado no Conselho, impõe-se um grande desafio ao CREA, uma vez que a receita será congelada, enquanto as despesas sofrerão acréscimos. Reequilibrar, portanto, o orçamento será fundamental.

Neste sentido, é imprescindível para o Conselho ter a sua relevância e a qualidade dos seus serviços reconhecidos, rompendo com uma visão cartorial do mesmo e investindo num sentimento coletivo de que o pagamento de taxas não é um ônus em si, mas uma contribuição necessária para que o CREA possa atuar em favor do profissional, empresas e sociedade.

CAMPANHA PARA AVALIAÇÃO:

Para efeito de avaliação, a licitante deverá apresentar uma campanha referente ao pagamento da anuidade 2021 do CREA-PB, com verba referencial de **R\$ 40.000,00 (Quarenta mil reais)**.

PROBLEMA/DESAFIO ESPECÍFICO DE COMUNICAÇÃO

Conforme descrito no item “Desafios para 2021”, o Plenário do CONFEA estabeleceu a manutenção dos valores da Anuidade dos CREAs, não aplicando-se nenhum tipo de reajuste em relação ao valor de 2020.

A anuidade é o pagamento obrigatório a todas as pessoas físicas registradas no Conselho Regional a cuja jurisdição pertencerem. A anuidade será devida a partir de 1º de janeiro e pode ser paga até o mês de março de cada ano. Os valores são definidos por Resolução do CONFEA. Embora legalmente registrada, só será considerada no legítimo exercício da profissão e atividades, a pessoa física que estiver em dia com o pagamento da respectiva anuidade.

O valor das anuidades devidas pelos profissionais ao CREA e aos demais Conselhos Profissionais está embasado na Lei Federal 12.514/11, publicada no D.O.U. em 28/10/11, que fixou os valores máximos de taxas e anuidades de todos os Conselhos Profissionais do país, não só dos CREAs. Com base nesta Lei, o CONFEA fixa os valores a serem pagos no exercício subsequente, anualmente e através de Resolução específica; neste ano, a Decisão PL CONFEA nº 1642/2020.

A anuidade do CREA-PB é enviada no início do ano, via email e correios, para todos os profissionais ativos. O boleto também pode ser gerado pelo profissionais diretamente no seu “Ambiente Profissional” do sistema corporativo do CREA, através do endereço <https://servicos-crea-pb.sitac.com.br/> ou através do aplicativo do Conselho para smartphones, disponível para iOS e Android.

O profissionais podem efetuar o pagamento da anuidade da seguinte forma:

I – em conta única com desconto de 10% (dez por cento) sobre valor integral definido para o exercício, com vencimento em 31 de janeiro de 2021, no valor de R\$ 519,40 para profissionais de nível superior e R\$ 259,70 para profissionais de nível médio.

II – em cota única com desconto de 5% (cinco por cento) sobre valor integral definido para o exercício, com vencimento em 28 de fevereiro de 2021, no valor de R\$ 548,25 para profissionais de nível superior e R\$ 274,12 para profissionais de nível médio.

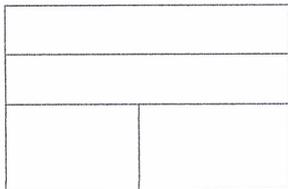
III – em cota única no valor integral, com vencimento em 31 de março de 2021.

Diante disto, o CREA-PB promoverá uma campanha publicitária referente à Anuidade 2021 do Conselho. A campanha deve demonstrar:



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

- A legalidade do pagamento da Anuidade CREA-PB, uma vez que trata-se de obrigação legal do profissional, que não poderá exercer a sua profissão sem a regularidade junto ao Conselho;
- A importância do pagamento da Anuidade CREA-PB para que os profissionais da Engenharia, Agronomia e Geociências continuem sendo valorizados e tendo seus direitos defendidos pelo ente que lhe representa;
- A sensibilidade do Sistema CONFEA/CREA no sentido de não promover reajuste na anuidade 2021, nem mesmo o reajuste INPC praticado anualmente conforme a legislação, considerando o contexto econômico do País;
- O pagamento nos meses de janeiro e fevereiro, gozando de descontos, ou a possibilidade de parcelar o seu pagamento até março de 2021;
- Os vários meios de ter acesso ao boleto para pagamento da Anuidade 2021, evidenciando a informatização dos serviços do CREA-PB;
- Que o pagamento de taxas não é um ônus em si, mas uma contribuição necessária para que o CREA possa atuar em favor do profissional, empresas e sociedade.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

ANEXO II



VALORES DE INVESTIMENTO MÍNIMO PARA REEMBOLSO DE CUSTOS INTERNOS DE SERVIÇOS PRÓPRIOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA - SINAPRO-PB

	CHAMADO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
JORNAL - ANÚNCIO			
01	Anúncio Mínimo/Rodapé	RS778,20	RS518,80
02	1/8 de página	RS833,40	RS555,60
03	1/4 de página	RS1.255,80	RS837,20
04	1/2/ Roda página	RS1.651,20	RS1.100,80
05	1 página	RS2.556,00	RS1.704,00
06	Página dupla	RS4.158,60	RS2.772,40
REVISTA - ANÚNCIO			
07	Anúncio Mínimo/Rodapé/ Orelha	RS 531,60	RS 354,40
08	1/8 de página	RS 674,40	RS 449,60
09	1/4 de página	RS 985,80	RS 657,20
10	1/2 de página	RS 1.890,60	RS 1.260,40
11	1 página	RS 2.839,80	RS 1.893,20
12	Página dupla	RS 3.784,20	RS 2.522,80
PUBLICIDADE LEGAL			
13	Valor Mínimo	RS 250,20	RS 166,80
14	1/8 de página	RS 418,20	RS 278,80
15	1/4 de página	RS 699,60	RS 466,40
16	1/2 página	RS 978,00	RS 652,00
17	1 página	RS 1.369,20	RS 912,80
18	Página dupla	RS 2.440,80	RS 1.627,20
LOGOTIPIA, IDENTIDADE VISUAL E EMBALAGENS			
19	Marca empresa	RS 5.842,20	RS 3.894,80
20	Marca produto/serviço	RS 4.671,00	RS 3.114,00
21	Marca promocional	RS 4.288,80	RS 2.859,20
22	Reformatação de marca	RS 2.920,80	RS 1.947,20
23	Manual de Identidade visual	RS 1.782,60	RS 1.188,40
24	Sinalização de fachada de empresa/loja	RS 3.109,80	RS 2.073,20
25	Sinalização interna de empresa/loja - projeto completo	RS 2.513,40	RS 1.675,60



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

Empty table structure with 2 columns and 2 rows.

Table with 4 columns: Item, Descrição, Criação, Finalização, Total. Items 88-100.

BRINDES

Table with 4 columns: Item, Descrição, Criação, Finalização, Total. Items 101-105.

*São considerados brindes: bone, canivete, baralho, brinquedina, caneca, camiseta, fôlora, capa de diuina, chapéu, óculos, copo, visório, guardanapo, guarda-sol, malmiquente, vls, lqpe, abanador, mouse para, marcador de página, medidha, neresone, régua, riques e abóbique, sacó de pipoca, vialha, brinquique, apapris, seim,prodizos com aplicação de marca.

ILUSTRAÇÕES E MAPAS

Table with 4 columns: Item, Descrição, Criação, Finalização, Total. Items 106-110.

MATERIAIS DE PDV

Table with 4 columns: Item, Descrição, Criação, Finalização, Total. Item 111.

Table with 4 columns: Item, Descrição, Criação, Finalização, Total. Items 112-119.

MÍDIA EXTERIOR

Table with 4 columns: Item, Descrição, Criação, Finalização, Total. Items 120-138.

Handwritten signature in blue ink.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

Table with 2 columns and 2 rows, likely for administrative use.

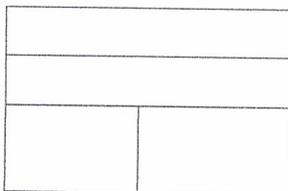
Main table with 4 columns: Item description, Cotação, Finalização, and Total. Includes sub-section 'PEÇAS GRÁFICAS' and items 26 through 87.

Handwritten signature or stamp at the bottom right of the page.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB



192	Campanha Eleitoral - Dep. Federal			R\$ 85.199,00	TOTAL
193	Campanha Eleitoral - Dep. Estadual			R\$ 40.905,00	
194	Campanha Eleitoral - Vereador (interior)			R\$ 8.526,00	
195	Campanha Eleitoral - Vereador (capital)			R\$ 17.037,00	
196	Campanha Eleitoral - Prefeito (interior)			R\$ 119.273,00	
197	Campanha Eleitoral - Prefeito (capital)			R\$ 253.179,00	
198	Campanha Eleitoral - Governador			R\$ 759.538,00	

criação de campanha

199	Tema ou conceito de campanha institucional ou terceiro setor			R\$ 20.012,00	TOTAL
200	Tema ou conceito de campanha de varejo/produto			R\$ 14.467,00	
201	Tema ou conceito de campanha promocional (Eventos/Festas)			R\$ 17.236,00	

ROTEIRIZAÇÃO AUDIOVISUAL E MATERIAIS COMPLEMENTARES

	criação	finalização	TOTAL
202	Assinaturas/Mímetas Eletrônicas - Até 7"	R\$ 680,00	R\$ 2.420,00
203	Documentário - De 3 a 5 minutos	R\$ 4.461,60	R\$ 11.154,00
204	Documentário - De 5 a 15 minutos	R\$ 7.742,80	R\$ 19.357,00
205	Curta-metragem	R\$ 12.046,40	R\$ 30.116,00
206	Áudio ou Spot para rádio 30"	R\$ 1.116,16	R\$ 2.790,40
207	Áudio ou Spot para rádio 60"	R\$ 1.395,20	R\$ 3.488,00
208	Áudio ou Spot para carro de som	R\$ 1.744,00	R\$ 2.616,00
209	Jingle 30"	R\$ 1.744,00	R\$ 4.360,00
210	Jingle 60"	R\$ 2.180,00	R\$ 5.450,00
211	Jingle de 60" com adaptação para 30"	R\$ 3.924,00	R\$ 6.540,00
212	Merchandising ou Product Placement - até 30"	R\$ 986,80	R\$ 2.467,00
213	Merchandising ou Product Placement - até 60"	R\$ 1.646,00	R\$ 4.115,00
214	Merchandising ou Product Placement - maior que 60"	R\$ 3.269,60	R\$ 8.174,00
215	Filme para TV/Internet - 15"	R\$ 1.316,00	R\$ 3.290,00
216	Filme para TV/Internet - 30"	R\$ 2.194,40	R\$ 5.486,00
217	Filme para TV/Internet - 60"	R\$ 4.360,40	R\$ 10.901,00
218	Filme para TV/Internet - Maior que 60"	R\$ 6.104,00	R\$ 15.260,00
219	Storyboard - por quadro	R\$ 203,20	R\$ 508,00

220	Layout para animação de filme para TV/Internet - 15"	R\$ 1.698,00	R\$ 1.132,00	R\$ 2.830,00	TOTAL
221	Layout para animação de filme para TV/Internet - 30"	R\$ 2.827,20	R\$ 1.884,80	R\$ 4.712,00	
222	Layout para animação de filme para TV/Internet - 60"	R\$ 3.755,40	R\$ 2.503,60	R\$ 6.259,00	
223	Layout para animação de filme para TV/Internet - Maior que 60"	R\$ 5.259,00	R\$ 3.506,00	R\$ 8.765,00	

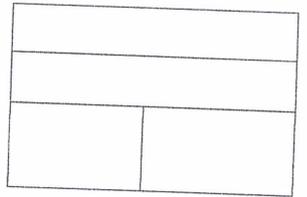
SERVIÇOS DE WEB (VALORES AVULSOS)

	criação	finalização	TOTAL
224	Anúncio Institucional para Rede Social	R\$ 663,20	R\$ 1.658,00
225	Anúncio Promocional/Varejo para Rede Social	R\$ 1.144,20	R\$ 762,80
226	Super banner ou Full Banner estático	R\$ 1.032,60	R\$ 688,40
227	Super banner ou Full Banner Flash/stockware ou Gif animado	R\$ 1.468,80	R\$ 979,20
228	Super banner ou Full Banner Expansível	R\$ 1.239,60	R\$ 826,40
229	Super banner ou Full Banner Expansível em flash	R\$ 1.713,00	R\$ 1.142,00
230	Half Banners Reduzir 40% do Full Banner		
231	Sky scraper (lateral) completo estático	R\$ 966,00	R\$ 644,00
232	Sky scraper (lateral) completo em flash	R\$ 1.348,80	R\$ 899,20
233	Half Sky scraper Reduzir 40% do Full Banner	R\$ 888,60	R\$ 592,40
234	Pop Up Estático	R\$ 1.468,80	R\$ 979,20
235	Pop Up Animado (DHTML ou Flash)	R\$ 1.010,40	R\$ 673,60
236	Anúncio, Flóater ou demais formatos em DHTML	R\$ 583,80	R\$ 389,20
237	Bottom Estático	R\$ 775,20	R\$ 516,80
238	Bottom Animado (Flash ou Gif animado)	R\$ 3.174,40	R\$ 2.211,60
239	Qualquer formato com rich media	R\$ 740,00	R\$ 1.110,00
240	Stories para redes sociais	R\$ 692,00	R\$ 1.038,00
241	Push notifications		
242	ADAPTAÇÃO DE REPRODUÇÃO PARA OUTROS FORMATOS (TIPOLOGIA ACDMA) Produzir e compor qualquer formato, cobra-se a adaptação para outros formatos 50% do valor da peça original		

EMAIL MARKETING E/OU NEWSLETTER DIGITAL

	criação	finalização	TOTAL
243	Criação de peça (texto e arte) - peça estática	R\$ 922,80	R\$ 635,20
244	Criação de peça (texto e arte) - Peça em HTML Produção do layout com conteúdo produzido a partir de um briefing detalhado do cliente	R\$ 1.715,40	R\$ 1.143,60





SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

265 PRODUÇÃO DE CONTEÚDO MULTIMÍDIA
Vídeos para youtube, fotos, podcast etc

A PARTIR DE:

Sob consulta (por volume e qualidade de produção)
R\$ 850,00

267 SEEDING
Prática utilizada para divulgar produtos e serviços nas redes sociais em ambientes que estão receptivos ao consumo desta informação.

R\$ 3.652,00 (mensais)

- RELACIONAMENTO DOS CANAIS SOCIAIS
 - Responder comentários, mensagens em microblogs e e-mails enviados por esses canais
 - ANÁLISE E MÉTRICAS DOS CANAIS
- Analisar menções da marca, repercussão das ações e gerar relatórios para o cliente. É cotado, principalmente, com base no volume de presença da marca (pequeno, médio e grande)

R\$ 10.000,00 (mensais)
Obs.: Para abordagem institucional, recomendamos um prazo mínimo de seis meses. Já a abordagem promocional está diretamente vinculada ao período da campanha

LINKS PATROCINADOS

268 PLANEJAMENTO - Análise e definição de canais (Yahoo, Google, Facebook, etc). Tipo de abordagem (promoção, marca, produto). Definição de 1 campanha com 30 palavras-chave em cada estratégia de investimento. **R\$ 2.496,00**

269 GESTÃO DE CAMPANHA - Acompanhamento e performance das palavras-chave, cliques e resultados, sugerindo ações de ajustes e correções - se necessárias - com geração de relatórios.

Obs.: Evidências produzidas de pesq. para a campanha, consultar item mídia **R\$ 2.496,00 (mensais ou 15% de verba disponível)**

SEO

270 PLANEJAMENTO - Análise e definição estrutural do site, estratégia de otimização de palavras-chaves. É cotado, principalmente, com base na estrutura, no porte e na tecnologia do site. **R\$ 2.496,00**

271 GESTÃO - Execução do planejamento, ajustes na estrutura e construção de links externos (relacionamento na web), acompanhamento de resultados e métricas. **R\$ 1.251,00**

ADVERGAMES

(utilização de jogo para promover uma marca, produto ou serviço)

272 PLANEJAMENTO - Criação de game design document, descrevendo jogabilidade, plataformas, interação com a marca. **R\$ 12.480,00**

273 GAME ONLINE STANDARD - Jogos pré-prontos que são apenas customizados para a marca ou produto (não necessita de planejamento). **R\$ 9.991,00**

274 MOBILE - Jogos feitos para plataformas mobile, em que o valor do desenvolvimento depende da quantidade de adaptações para marcas/modelos de aparelhos escondidos. **R\$ 30.312,00**

A PARTIR DE

275 GAME ONLINE ORIGINAL - Jogos feitos sob demanda para uma marca ou produto, contendo jogabilidade exclusiva para determinadas ações. **R\$ 36.658,00**

276 SOCIAL GAME (JOGOS PARA REDES SOCIAIS) - Jogos feitos sob demanda para uma marca ou produto que contam com recursos e funcionalidades de socialização **R\$ 36.658,00**

277 PLANEJAMENTO DE ADVERTISING IN GAME - Planejamento para compra de mídia ou ações especiais dentro de um jogo já desenvolvido e estabelecido no mercado. **R\$ 6.192,00**

Obs.: A composição de preços depende da plataforma e da tecnologia definidas

HORA /PROFISSIONAL

278 Presidente **R\$ 456,00**

279 Vice-Presidente **R\$ 420,00**

280 Diretor de contas **R\$ 360,00**

281 Diretor de atendimento **R\$ 300,00**

282 Atendimento **R\$ 217,00**

283 Diretor de Arte **R\$ 183,00**

284 Redtor **R\$ 183,00**

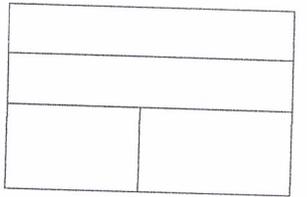
285 Planejamento **R\$ 406,00**

286 Produtor gráfico **R\$ 156,00**

287 Mídia **R\$ 165,00**

NOTA: O conteúdo deste material foi elaborado, em sua maior parte, pelo SINAPRO/PB com base em material do SINAPRO/PB e demais entidades em um trabalho de pesquisa, consultando agências filiais e outros sindicatos, como: Censat, Rio Grande do Norte, Maranhão, Pernambuco, Belém, Goiânia, São Paulo, Rio de Janeiro, Distrito Federal e Espírito Santo, além dos Valores de Investimentos das diversas associações relacionadas à área da Indústria da Comunicação.





SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DA PARAÍBA-CREA-PB

245 SOMENTE PRODUÇÃO DO HTML
Diagramação e implementação da peça em uma página HTML com links
códigos para mensuração (com arte enviada pelo cliente)
A PARTIR DE: R\$ 1.192,00

246 DISPARO (CONTRATAÇÃO DE FERRAMENTA APENAS PARA DISPARO)
Envio de peça finalizada para uma base de e-mails fornecidos pelo cliente
R\$ 30,00 (1.000 e-mails mensais)

247 GESTÃO
Importação, higienização e segmentação de base; Importação do HTML,
programação do disparo, acompanhamento
de resultados e análise de relatórios. (Por disparo)

248 PRODUÇÃO EDITORIAL
Conteúdo produzido a partir de briefing detalhado do cliente em linguagem
específica para a web (webwriting). Ex.: produção de cinco textos de
aproximadamente 1.200 toques cada, com entrevistas por telefone.
R\$ 614,00

249 MENSURAÇÃO
Importação, higienização e segmentação de base; Importação
do HTML, programação do disparo, acompanhamento de
resultados e análise de relatórios. (valor por disparo)
R\$ 3.648,00

250 WEBSITE
ESTRUTURA BÁSICA SUGERIDA
- Área Institucional - Área estática: quem somos, o que fazemos, onde estamos etc.
- Área de Contato - E-mail, telefone, Formulário etc.
- Área Care - Gerenciamento de conteúdo para cadastro de serviços/produtos e essas de clientes
- Área Informativa - Área dinâmica com notícias, eventos, calendário etc.
VALOR SUGERIDO DEVERÁ INCLUIR
Planejamento, arquitetura, criação, implementação e conteúdo institucional enviado pelo cliente. Orçamento para a
produção do conteúdo deverá ser solicitado à parte para a agência contratada.
CONSIDERAR BOAS PRÁTICAS - PSEO, TAGS, CMS (caso haja uma área de atualização constante) e acessibilidade
REPLICAR PARA OUTROS IDIOMAS - cliente deverá enviar os textos, traduções e finalizados
Obs.: Ferramentas Interativas (enquetes, formulário, área restrita etc) devem ser cotadas a parte.
R\$ 612,00

251 HOTSITE
ESTRUTURA BÁSICA SUGERIDA - tecnicamente idêntico ao site, o hot site recebe esta denominação por ter um período
de vida definido (prazo para sair do ar). É utilizado para divulgar e/ou promover produtos, serviços, lançamentos,
eventos etc. Poder ter - ou não - algum tipo de interação com o usuário final, por exemplo, inserção de imagens, upload
de vídeos, enquetes, cadastro de usuários, personalização de produto, games etc.
VALOR SUGERIDO DEVERÁ INCLUIR (INDEPENDENTEMENTE DO FORMATO)
Planejamento, arquitetura, criação e implementação, com conteúdo enviado pelo cliente. O orçamento para a produção
do conteúdo deverá ser solicitado à parte para a agência contratada.
CONSIDERAR BOAS PRÁTICAS - SEO e TAGS
Obs.: Ferramentas Interativas (enquetes, formulário, área restrita etc) devem ser cotadas a parte.
R\$ 25.031,00

252 LANDING PAGE
É a página de destino criada exclusivamente para que o usuário encontre informações sobre uma ação determinada
com mais facilidade. É muito utilizada como resultado de uma busca (orgânica ou link patrocinado) e como página de
destino originada em peças ou campanhas (banner, e-mail marketing, hot site etc).
R\$ 19.647,00

253 MÍDIA ONLINE
- Todo e qualquer serviço que envolva a veiculação publicitária nos meios digitais.
PLANEJAMENTO DE MÍDIA - Definição dos melhores meios e formatos para atingir os objetivos estabelecidos.
CRIAÇÃO DE CAMPANHAS - Criação do conteúdo para o meio digital. Adaptação da campanha de outros meios para o
meio digital.
MENSURAÇÃO DOS RESULTADOS - Acompanhamento e análise para quantificação do desempenho da campanha
nos respectivos meios, utilizando métricas e padrões de mercado (page view, tempo de navegação, taxa de clique,
conversões etc). Esta análise pode ser feita uma única vez para cada campanha, ou não, dependendo do período de
veiculação planejado para a campanha.
Remuneração percentual de 20% (formato padrão) sobre o valor investido na compra de mídia
A PARTIR DE: R\$ 5.229,00

254 ANÁLISE DE PRESENÇA (DIAGNÓSTICO) - Onde e como sua empresa e concorrentes estão posicionados nas redes sociais.
Quais os atributos da sua marca segundo blogs, microblogs, comunidades e grupos de discussão. Quais os principais
interesses do seu público-alvo nas redes sociais. Quais são as oportunidades de diálogo para que sua empresa amplie a
presença ou se reposicione no mercado.
R\$ 10.352,00

255 PLANEJAMENTO - Canais, tipos de conteúdo, dinâmicas de relacionamento e ações criativas.
R\$ 8.659,00

256 PERSONALIZAÇÃO DOS CANAIS (Avatar, Capa, padrão de postagens) - Wireframe (7 programação)
R\$ 6.259,00

257 PERSONALIZAÇÃO DOS CANAIS (Avatar, Capa, padrão de postagens) - Layout (57 programação)
R\$ 2.473,00

258 DESENVOLVIMENTO - Algumas ferramentas permitem personalização em três níveis. Em um blog, tumblr ou rede Ming,
é possível reposicionar os elementos (wireframe), personalizar o visual (layout) e criar objetos personalizados, como
widgets, games e mastheads (desenvolvimento). Outras ferramentas, como twitter, formping e youtube, permitem
apenas personalizar o layout.
Sob consulta

259 CURADORIA DE CONTEÚDO - Selecionar conteúdo para publicação em outros canais, como blog, twitter e tumblr. Varia
em função do volume (quantidade de conteúdo publicado) e expertise do analista.
R\$ 2.362,00

REDES SOCIAIS (Contratos contínuos)
260 PRODUÇÃO DE CONTEÚDO NÃO-ESPECIALIZADO
Fotos e postagens estáticas.
R\$ 14.539,00 mensais (5 posts por semana)

261 PRODUÇÃO DE CONTEÚDO NÃO-ESPECIALIZADO - Postagem avulsa
Fotos e postagens estáticas.
R\$ 473,00 (por postagem)

262 PRODUÇÃO DE CONTEÚDO NÃO-ESPECIALIZADO
Postagens animadas ou audiovisuais
R\$ 9.803,00 mensais (5 posts por semana)

263 PRODUÇÃO DE CONTEÚDO NÃO-ESPECIALIZADO - Postagem avulsa
Postagens animadas ou audiovisuais
R\$ 689,00 (por postagem)

264 PRODUÇÃO DE CONTEÚDO ESPECIALIZADO
Envolve conhecimento técnico e muitas vezes contratação
de especialista.
Sob consulta

