



EDITAL

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/2022
(AUTORIZAÇÃO PARA O PROCESSO LICITATÓRIO Nº 053/2022-LIC)

A **ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SANTA CATARINA** – ALESC, CNPJ nº 83.599.191/0001-87, com sede na Rua Doutor Jorge da Luz Fontes nº 310 – Centro – Florianópolis/SC, CEP 88020-900, através de sua Coordenadoria de Licitações torna público que realizará licitação para contratação de serviços de **PUBLICIDADE E PROPAGANDA** na forma de execução indireta, através da modalidade de **CONCORRÊNCIA** tipo **TÉCNICA E PREÇO**.

A presente licitação será realizada nos termos da Lei nº 12.232/10 e, de forma complementar, nos termos das Leis nº 8.666/93, nº 4.680/65 e nº 123/06, das atuais Normas-Padrão da Atividade Publicitária emanadas do CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão, Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e demais disposições contidas neste Edital.

Na hipótese de ocorrer feriado ou fato impeditivo e que impossibilite a realização da Sessão Pública, fica a mesma adiada para o primeiro dia útil imediato, no mesmo local e hora anteriormente citados.

ENTREGA DOS ENVELOPES Nº 1, 2, 3 E 4	DAS 08:00 HORAS ATÉ 09:00 HORAS DO DIA 07/11/2022
1ª SESSÃO PÚBLICA - ABERTURA DOS ENVELOPES Nºs 1 E 3	ÀS 09 HORAS E 15 MINUTOS DO DIA 07/11/2022

1 — OBJETO

1.1 — Constitui objeto da presente licitação a contratação de agências de publicidade para prestação de serviços de publicidade e propaganda para a Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina.

1.2 — Os serviços de publicidade e propaganda, objeto da presente licitação, compreendem o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias ou informar o público em geral. Incluem-se ainda, como atividades complementares, os seguintes serviços especializados:

1.2.1 — Planejamento e execução de pesquisas, monitoramentos e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento relativos à execução dos contratos.

1.2.1.1 — As pesquisas e as avaliações previstas no item 1.2.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação da ALESC, o público-alvo e os veículos de comunicação e de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação das mensagens; e

c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias.

1.2.1.2 — É vedada qualquer aplicação das pesquisas e avaliações para fins eleitorais ou inclusão de matéria estranha ou sem pertinência com a ação publicitária e de comunicação ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

1.2.2 — Produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados.

1.2.3 — 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.

1.3— Exclui-se do objeto desta licitação a publicidade oficial, assim entendida a publicação de atos oficiais, de natureza administrativa ou legal, tais como leis, atos normativos, atos de pessoal, publicidade de licitações e contratos etc.

1.4 — A ALESC fará uso das prerrogativas citadas no art. 2º, § 3º da Lei nº 12.232/10, podendo adjudicar **03 (três) agências** para atender suas necessidades, onde o valor da contratação, R\$ 24.000.000,00 (vinte e quatro milhões de reais), será dividido em cotas iguais entre as 03 (três) primeiras colocadas adjudicadas, ou seja, R\$ 8.000.000,00 (oito milhões de reais) para cada uma.

1.4.1 — Se em decorrência das regras do Edital e da legislação aplicável, não restarem 3 (três) agências aptas a contratação, serão contratadas as agências vencedoras, sendo 02 (duas) ou apenas 01 (uma), se for o caso, e, a seu exclusivo juízo, a ALESC decidirá sobre a conveniência e oportunidade de realizar ou não nova licitação para contratação de novas agências

1.4.2 — A possibilidade de adjudicação do objeto a mais de uma agência justifica-se pela quantidade de demandas a que as contratadas estarão sujeitas, de modo que, em havendo mais de uma agência prestando os serviços, o CONTRATANTE pode distribuir as tarefas entre elas, ganhando em agilidade.

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

1.6 — As agências atuarão por ordem e conta da ALESC, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução de atividades complementares, e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.7 — A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 1.2.

2 — CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

2.1 — Poderão participar desta licitação quaisquer empresas prestadoras de serviços especializadas no ramo, legalmente constituídas, desde que satisfaçam às exigências deste Edital.

2.1.1 — A agência de propaganda e publicidade a ser contratada deverá ter suas atividades disciplinadas pela Lei nº 4.680/65 e possuir certificado de qualificação técnica de funcionamento.

2.1.2 — O Certificado referido no subitem anterior poderá ser obtido junto ao Conselho Executivo das Normas Padrão – CENP, nos termos do art. 4º, § 1º da Lei Federal nº 12.232/10.

2.2 — Não poderão participar desta licitação as empresas que:

2.2.1— estiverem impedidas de licitar ou contratar com a Administração Pública Federal, Estadual ou Municipal (art. 87, IV da Lei nº 8.666/93), salvo se comprovarem sua reabilitação;

2.2.2 — incidirem no estipulado no art. 9º da Lei nº 8.666/93;

2.2.3 — incorrerem em outros impedimentos previstos em Lei;

2.2.4 — estiverem incluídos no Cadastro de Fornecedores Impedidos de Licitar e Contratar com a Administração Pública Estadual e Federal;

2.2.5 — estejam reunidas em consórcio, qualquer que seja sua forma de constituição ou que sejam controladoras, coligadas ou subsidiárias entre si;

2.2.6 — empresas concordatárias, em recuperação judicial ou cuja falência tenha sido declarada que se encontram sob concurso de credores ou em dissolução ou em liquidação;

2.2.7 — empresa estrangeira que não funcione no País;

2.2.8 — cujos sócios, dirigentes, controladores, empregados ou responsáveis técnicos ou legais integrem a Subcomissão Técnica ou sejam ocupantes de cargo ou tenham ligações de emprego com a Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina.

2.3 — A participação nesta Concorrência Pública importa à licitante a aceitação das condições estabelecidas no presente Edital, bem como na observância dos regulamentos, normas administrativas e técnicas aplicáveis, inclusive quanto aos recursos.

2.4 — Da reunião de abertura dos envelopes será lavrada Ata circunstanciada que registrará os fatos ocorridos, inclusive eventuais reclamações que interessarem ao julgamento da licitação.

2.5 — É vedada a participação de licitantes que estejam sob aplicação de sanções estabelecidas na Lei nº 12.846/13.

2.5.1 — A verificação de eventual enquadramento na situação de que trata o item 2.5, será realizada mediante consulta ao:

2.5.1.1 — Inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) ou no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);

2.5.1.2 — [Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores](#) – SICAF;

2.5.1.3 — [Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas](#) (CEIS), mantido pela Controladoria Geral da União;

2.5.1.4 — [Cadastro Nacional de Empresas Punidas](#) (CNEP), mantido pela Controladoria-Geral da União;

2.5.1.5 — [Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa](#) e Inelegibilidade, mantido pelo Conselho Nacional de Justiça; e

2.5.1.6 —

[Lista de Inidôneos, mantida pelo Tribunal de Contas da União \(TCU\).](#)

2.6 — Os documentos e o envelope da proposta ficarão disponíveis à licitante que não restar habilitada por um período de 30 (trinta) dias, decorridos os prazos recursais, após os quais serão inutilizados pela ALESC.

2.7 — Não será aceita, em qualquer hipótese, a participação de licitante retardatária, assim considerada aquela que apresentar os envelopes após o horário estabelecido para a entrega dos mesmos.

2.8 — Nenhuma pessoa física, ainda que munida de procuração, poderá representar mais de uma licitante.

2.9 — A participação na presente licitação implica na aceitação plena e irrevogável de todas as condições expressas neste Edital e em seus anexos; também na observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor, e, ainda, na responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e documentos apresentados em qualquer fase do processo.

2.10 — Nenhuma licitante poderá participar desta licitação com mais de uma Proposta.

3 — DA REPRESENTAÇÃO E DO CREDENCIAMENTO

3.1 — Para comprovar a representação legal ou a qualidade de preposto da licitante, a pessoa indicada apresentará à Comissão Permanente de Licitação, documento que o credencia a representar a licitante no certame (Anexo IV), juntamente com o seu documento de identidade de fé pública, conforme detalhamento no item 3.2.

3.2 — Cada licitante poderá ter somente um representante legal com plenos poderes para intervir, quando necessário, em qualquer fase do processo licitatório, inclusive para renunciar ao direito de interposição de recursos.

3.2.1 — Esse representante deverá estar munido de documento de identidade com fé pública e de procuração conferindo-lhe poderes específicos para esse fim (o instrumento desse mandato, assinado pelo diretor ou responsável legal pela pessoa jurídica, deverá ter firma reconhecida em cartório e será apresentado fora dos Envelopes e posteriormente juntado aos autos do processo).

3.2.2 — Se o representante for proprietário ou sócio-diretor da licitante, deverá comprovar essa qualidade por meio da apresentação de documento hábil que demonstre claramente os poderes a ele atribuídos.

3.2.3 — O documento comprovando a sua legitimidade para representar a licitante deverá ser entregue no mesmo dia da abertura dos envelopes e a qualquer momento quando se fizer conveniente ao processo.

4 — DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

4.1 — As despesas pertinentes ao objeto do presente Edital correrão à conta da AÇÃO 1124 (Divulgação Institucional das Ações do Legislativo Catarinense). Elemento: 3.3.90.39.00 (Outros Serviços de Terceiros). Subelemento: 3.3.90.39.88 (Serviços de Publicidade e Propaganda), todos do orçamento da ALESC.

5 — RETIRADA DO EDITAL

5.1 — O Edital deverá ser retirado por processo de descarregamento eletrônico (*download*) no sítio eletrônico da ALESC www.alesc.sc.gov.br, no link '*Consultas – Licitações – Aviso de Licitação*', podendo também ser retirado na Coordenadoria de Licitações da ALESC, localizada na Av. Mauro Ramos nº 300 – Centro – Florianópolis/SC, 8º Andar, sala 802, telefone: (48) 3221-2772; no horário compreendido entre 7h e 19h.

5.2 — Os esclarecimentos e informações, sobre o Edital, serão prestados pela Coordenadoria de Licitações da ALESC, localizada na Av. Mauro Ramos nº 300 – Centro – Florianópolis/SC, 8º Andar, sala 802, telefone: (48) 3221-2772 e-mail licitacoes@alesc.sc.gov.br.

6 — DOS ANEXOS QUE INTEGRAM O EDITAL

Anexo I	Termo de Referência
Anexo II	<i>Briefing</i>
Anexo III	Modelo de Proposta de Preços
Anexo IV	Modelo do Termo de Credenciamento.
Anexo V	Modelo de Declaração (que atende o inciso V, art. 27 da Lei nº 8.666/93)
Anexo VI	Declaração de inexistência de fato impeditivo de habilitação
Anexo VII	Minuta do Contrato

7 — DA ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES

7.1 — As propostas técnicas e de preços e os documentos de habilitação deverão ser apresentados à Comissão de Contratação em envelopes distintos e separados, na forma a seguir discriminada, sendo que o **Envelope n. 1 será apresentado sem fechamento (aberto), e os demais serão fechados e rubricados no fecho.**

7.2 — A proposta técnica deverá ser acondicionada em 03 (três) envelopes distintos:

7.2.1 — **Envelope n. 1:** Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada** (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia).

7.2.1.1 — O envelope será padronizado e fornecido previamente pela Assembleia Legislativa de Santa Catarina, sem nenhum tipo de identificação, não se admitindo a apresentação de outro tipo de envelope pelos licitantes;

7.2.1.2 — O Envelope n. 1 conterá: o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, não podendo ter nenhuma identificação na parte externa, bem como em seu conteúdo, para preservar, até a abertura do Envelope n. 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária;

7.2.1.3 — O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser redigido em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma, para preservar o sigilo quanto à sua autoria:

- a) em papel A4, branco, orientação retrato;
- b) em caderno único e com espiral na cor preta à esquerda;
- c) com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, inferior e superior, a partir da borda;
- d) nova página para cada novo segmento (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia);
- e) com texto na cor preta;
- f) com textos justificados;
- g) com espaçamento “simples” entre as linhas;
- h) com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos, sem uso de negrito, itálico ou sublinhado;
- i) com numeração em todas as páginas em algarismos arábicos no canto inferior direito da página;
- j) sem identificação da licitante.
- k) será permitido pular uma linha no estabelecimento de um novo parágrafo.
- l) não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria, sob pena de desclassificação da licitante;
- m) não poderá ter “folha de rosto”, capa plástica ou qualquer outro tipo de proteção que distinga a sua proposta.

7.2.1.4 — As especificações do subitem 7.2.1.3 aplicam-se na parte referente ao texto e eventuais roteiros, ao quesito Ideia Criativa.

7.2.1.5 — As tabelas, gráficos e planilhas da estratégia de mídia e não mídia poderão:

- a) ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos (art. 6º, inciso XI da Lei nº 12.232/10);
- b) ser editados em cores;
- c) ter qualquer formatação de margem;
- d) ser apresentados em papel A3 dobrado.

7.2.1.6 — Não será recebido o Envelope n. 1 que tenha sido danificado no manuseio/transporte ou deformado pelas peças e demais documentos nele acondicionados.

7.2.1.7 — O Envelope n. 1 deverá ser retirado pela interessada, de segunda a sexta-feira das 07 às 19 horas, até o dia anterior a abertura dos envelopes, junto à Coordenadoria de Licitações e Contratos, no seguinte endereço: Avenida Mauro Ramos, n. 300, 8º andar, Sala 802, Centro, Florianópolis/SC.

7.2.2 — **Envelope n. 2:** Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia) contendo no anverso os seguintes dizeres:

PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPE Nº 2)
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA
IDENTIFICADA
ALESC/COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES
CONCORRÊNCIA Nº 001/2022
NOME DA LICITANTE (Razão Social)
CNPJ

7.2.2.1 — A via identificada do Plano de Comunicação Publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

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

7.2.2.3 — O Plano de Comunicação Publicitária com a via identificada que constará no Envelope nº 2 (sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa), deverá estar datado e assinado na última página e rubricado nas demais por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

7.2.3 — **Envelope n. 3:** Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, contendo no anverso os seguintes dizeres:

PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPE Nº 3)
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES
ALESC/COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES
CONCORRÊNCIA Nº 001/2022
NOME DA LICITANTE (Razão Social)
CNPJ

7.2.3.1 — O Envelope n. 3 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura;

7.2.3.2 — Os documentos deverão conter identificação da licitante e data, além da assinatura e/ou rubrica em todas as folhas;

7.2.3.3 — O Envelope n. 3 e os documentos nele acondicionados não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e que permita identificar a autoria deste antes da abertura do Envelope n. 2, sob pena de desclassificação da licitante.

7.2.4 — **Envelope n. 4:** A Proposta de Preços deverá ser acondicionada neste Envelope, contendo no anverso os seguintes dizeres:

PROPOSTA DE PREÇOS (ENVELOPE Nº 4)
ALESC/COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES
CONCORRÊNCIA Nº 001/2022
NOME DA LICITANTE (Razão Social)
CNPJ

7.2.4.1 — O Envelope n. 3 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura;

7.2.4.2 — As Propostas de Preços deverão ser apresentadas em papel que identifique a licitante, numeradas sequencialmente, redigidas em língua portuguesa, com clareza, sem emendas ou rasuras, datadas e assinadas

7.2.4.3 — A Proposta de Preços deverá, obrigatoriamente, seguir o modelo constante no Anexo III do Edital.

7.2.5 — Os Envelopes nº 1, 2, 3 e 4 deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitações, sala nº 806, localizada na Avenida Mauro Ramos nº 300 - Centro - Florianópolis, Santa Catarina, das 08:00 horas as 09:00 horas do dia 07/11/2022.

7.2.5.1 — A não entrega dos Envelopes nº 1, 2, 3 e 4 até a data e horário previstos no item 7.2.5 deste Edital importa na desclassificação da empresa proponente.

7.2.6 — Envelope n. 5: Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados neste Envelope, contendo no anverso os seguintes dizeres:

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (ENVELOPE Nº 5)

ALESC/COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES

CONCORRÊNCIA Nº 001/2022

NOME DA LICITANTE (Razão Social)

CNPJ

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

7.2.6.2 — O Envelope nº 5 deverá ser entregue em data futura, depois da classificação final das licitantes, em sessão pública que será previamente marcada e anunciada pela Comissão Permanente de Licitações;

8 — DAS PROPOSTAS TÉCNICAS (ENVELOPES Nº 1, 2 e 3)

8.1 — A proposta técnica será composta de um Plano de Comunicação Publicitária, pertinente às informações expressas no briefing, e de um Conjunto de Informações referentes ao proponente.

8.1.1 — A proposta técnica constituída pela campanha simulada que terá por base o Plano de Comunicação Publicitária, composto pelo texto com o raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa e estratégia de mídia e não mídia, pertinentes às informações expressas no "*briefing*", deverá ser apresentada de acordo com os seguintes quesitos técnicos:

8.1.1.1 — **Raciocínio básico**, sob a forma de texto, de no máximo 2 (duas) páginas A4, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da ALESC e a compreensão da licitante sobre os desafios de comunicação a serem enfrentados;

8.1.1.2 — **Estratégia de comunicação publicitária**, apresentação na forma de texto, de no máximo 2 (duas) páginas A4, em que a licitante deve defender, em linhas gerais, o partido temático e o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação definidos pela ALESC, além de explicitar e defender os principais pontos da estratégia de comunicação sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer e que instrumentos, ferramentas e

meios de divulgação utilizar;

8.1.1.3 — **Ideia criativa.** Texto, de no máximo 1 (uma) página A4, em que a licitante limitar-se-á a apresentar a síntese da estratégia de comunicação publicitária e a defesa da ideia criativa, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não assumir a forma de um slogan passível de ser utilizado em ações de comunicação da ALESC. A ideia criativa deve constituir uma proposta de concretização do raciocínio básico e da estratégia de comunicação publicitária;

8.1.1.3.1 — Como parte do quesito ideia criativa, a LICITANTE apresentará campanha publicitária online e off line com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de concretização do raciocínio básico e da estratégia de comunicação publicitária propostos e demonstrem sua harmonia com a redução da mensagem de que trata o item 8.1.3.

8.1.1.3.2 — Os exemplos de peças só poderão ser apresentados sob a forma de roteiro, “layout”, “story board” impresso ou roteiro de “spot” de rádio, limitados a uma peça para cada meio (convencional ou não convencional) de veiculação proposto pela licitante.

8.1.1.3.3 — Entende-se por “meio”: TV, Rádio, Internet computadores (desktops, laptops, notebooks e assemelhados), Internet dispositivos móveis (tablets e smartphones), Revista, Jornal, Mídia exterior (outdoor, painéis assemelhados, ponto de ônibus, backbus, banca de revista etc.) e enxoval de campanha;

8.1.1.3.4 — As páginas utilizadas para apresentação dos exemplos de peças não são contabilizadas para efeito do disposto no item 8.1.1.3.

8.1.1.4 — **Estratégia de mídia e não-mídia,** na forma de texto, de no máximo 2 (duas) páginas A4, em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no Briefing;

8.1.1.4.1 — Deve ser apresentado, anexo ao texto, plano simulado de distribuição das peças (plano de mídia), composto por tabelas, gráficos ou planilhas;

8.1.1.4.2 — Deve ser apresentado quadro resumo que identifique as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

8.1.1.4.3 — Os anexos referidos nos subitens 8.1.1.4.1 e 8.1.1.4.2 não serão computados para efeito da contagem do número de páginas estabelecido no item 8.1.1.4;

8.1.1.4.4 — Todas as peças apresentadas no quesito "Ideia Criativa" (item 6.2.3 e seus subitens) devem estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não-Mídia proposta.

8.1.1.4.5 — Nesta simulação:

a) Os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do edital;

b) Os custos de criação deverão estar em conformidade com os valores cheios da Tabela Referencial de Preços vigente do SINAPRO/SC;

c) Deve-se utilizar como honorários de produção o percentual de 15% (quinze por cento).

8.1.2 — O Conjunto de Informações referentes ao proponente será composto dos 03 (três) quesitos a seguir:

8.1.2.1 — **Capacidade de Atendimento,** constituída de textos em que a licitante apresentará:

8.1.2.1.1 — Clientes: relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da apresentação

da Proposta Técnica, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;

8.1.2.1.2 — Equipe: quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo nome, formação e experiência), dos profissionais que estarão à disposição da execução dos serviços à ALESC, discriminando as suas áreas de atuação;

8.1.2.1.3 — Infraestrutura: as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

8.1.2.1.4 — Sistemática de atendimento, detalhando as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante na execução do Contrato, e discriminando 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;

8.1.2.1.5 — Informações de marketing: discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocarão regularmente à disposição da ALESC, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

8.1.2.2 — **Repertório**, apresentação de trabalhos concebidos e distribuídos para veiculação pela licitante, sob a forma de peças e suas respectivas memórias técnicas, nas quais incluir-se-á apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver.

8.1.2.2.1 — A licitante deverá apresentar 3 (três) "cases" (campanhas concebidas, criadas e distribuídas por ela), com até cinco peças cada, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

8.1.2.2.2 — Cada peça deverá ser acompanhada de ficha técnica, com a identificação da licitante e do anunciante, a data de produção e o período de veiculação, bem como menção a premiações e reconhecimentos alcançados, se houver.

8.1.2.2.3 — As peças eletrônicas e os spots e/ou jingles deverão ser fornecidos em CD, DVD ou pen drive executáveis no sistema operacional Windows, e as peças gráficas, em proporções que possibilitem manuseio e leitura, indicando suas dimensões originais.

8.1.2.2.4 — As peças devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 01/01/2017.

8.1.2.2.5 — As peças **não** podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pela Alesc.

8.1.2.3 — **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, apresentação de até 02 (dois) relatos, cada um com no máximo duas páginas A4, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas pela licitante e implementadas por seus clientes.

8.1.2.3.1 — As propostas devem ter sido implementadas a partir de 01/01/2017.

8.1.2.3.2 — Cada relato deverá ser elaborado pela licitante, com nome, cargo ou função e assinatura do funcionário responsável por sua elaboração, não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pela Alesc, e deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

8.1.2.3.3 — A formalização do referendo deverá ser feita na última página do relato, na qual constarão o nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. As duas páginas do relato deverão estar assinadas pelo autor do referendo.

8.1.2.3.4 — É permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato. A forma de apresentação das peças é a mesma do subitem 8.1.2.2.3.

9 — DA REMUNERAÇÃO DA AGÊNCIA

9.1 — Na execução dos serviços contratados a agência será assim remunerada, em conformidade com as disposições da Lei Federal nº 4.680 de 18/06/1965, bem como, com os descontos que serão informados na Proposta de Preços (Anexo III):

- a) **Custos internos** – Serviços internos (aqueles executados pela própria agência), serão pagos pela ALESC com base na Tabela Referencial de Preços vigente do SINAPRO/SC, aplicando-se o percentual de desconto oferecido pela CONTRATADA em sua proposta de preços.
- b) **Honorários** – Honorários de 13,50% (treze inteiros e cinquenta centésimos por cento) a 15,00% (quinze por cento), conforme Proposta de Preços apresentada pela CONTRATADA, incidentes sobre os preços de suprimentos externos e serviços especializados prestados por fornecedores.
- c) **Honorários especiais** - Honorários especiais de 9% (nove por cento) a 10,00% (dez por cento), conforme proposta de preços apresentada pela CONTRATADA, incidentes sobre os preços de suprimentos externos e serviços especializados prestados por fornecedores, quando a responsabilidade da Agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.
- d) **Veiculação** – Desconto padrão de agência não inferior a 20% (vinte por cento) sobre o valor dos negócios encaminhados ao veículo, deduzido o percentual de desconto previsto no Anexo B – “Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios” das Normas-Padrão do CENP.

9.2 — Tendo em vista que os serviços a serem contratados serão prestados sob demanda, será considerado, para fins da definição do percentual de desconto previsto no Anexo B das Normas-Padrão do CENP a que se refere a alínea “d” do item anterior, o valor efetivamente faturado, de forma a que o enquadramento em cada faixa de desconto ocorra gradualmente ao longo da execução contratual.

9.3 — Os serviços considerados indispensáveis à execução da campanha ou ação publicitária e não constantes da Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/SC, serão remunerados de acordo com o preço de mercado, que deverá ser demonstrado através de no mínimo 03 (três) orçamentos obtidos de empresas ou profissionais do ramo com qualificação técnica equivalente, ressalvada a hipótese de comprovada inexistência de mais de um fornecedor ou prestador de serviços, que serão submetidos à aprovação da ALESC.

10 — PROPOSTA DE PREÇOS (ENVELOPE Nº 4):

10.1 — A proposta de preços apresentada pela licitante no Envelope nº 4, deverá ser constituída, além dos percentuais previstos no Anexo III – “Proposta de Preços”, de:

- a) declaração concordando com os percentuais legais sobre a remuneração das agências no tocante ao especificado nas alíneas “a” “b” “c” e “d” do item 9.1;
- b) declaração concordando, expressamente, que os preços não previstos na Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/SC serão pagos conforme estabelecido no subitem 9.3 deste Edital;
- c) declaração de que se compromete a transferir para a ALESC toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e fornecedores, ressalvados os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos às agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010;
- d) declaração de que se compromete a estabelecer negociação dos preços com vistas à obtenção de vantagem máxima a ser transferida para a ALESC.

10.2 — A validade da proposta não poderá ser inferior a 180 (cento e oitenta) dias, contados da data limite estabelecida para sua apresentação, a qual será considerada sucessiva e automaticamente renovada por igual período até a conclusão do processo licitatório e convocação da licitante vencedora para assinatura do respectivo Contrato.

11 – DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (Envelope nº 5).

11.1 — Os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelas licitantes classificadas depois do julgamento final das propostas, conforme referido no subitem 7.1.1.7 e subitens.

11.2 — Habilitação Jurídica (art. 28 da Lei nº 8.666/93):

11.2.1 — registro Comercial, no caso de empresa individual;

11.2.2 — ato Constitutivo, Estatuto ou Contrato Social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de associação ou sociedade, acompanhada de prova da diretoria em exercício, e, no caso de sociedade por ações, apresentar, também, documento de eleição de seus administradores (art. 28, inciso III da Lei nº 8.666/93);

11.2.3 — inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da eleição dos administradores ou diretoria em exercício (art. 28, inciso IV da Lei nº 8.666/93);

11.2.4 — decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e prova de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir (art. 28, inciso V da Lei nº 8.666/93);

11.2.5 — declaração de que cumpre o disposto no inciso XXXIII, do art. 7º da Constituição Federal, ou seja, de que não tem em seu quadro funcional nenhum menor de 18 anos desempenhando trabalho noturno, perigoso ou insalubre e que não tem a seu serviço menor de 16 anos, exceto se na condição de aprendiz a partir de 14 anos, conforme Anexo V.

11.3 — Regularidade Fiscal e Trabalhista (art. 29 da Lei nº 8.666/93):

11.3.1 — A regularidade fiscal e trabalhista será atestada por

- a) Certificado de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);
- b) Certidão de regularidade com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS);
- c) Certidão de regularidade com o Instituto Nacional de Seguridade Social (INSS) e com a Fazenda Federal;
- d) Certidão de regularidade com a Fazenda Estadual;
- e) Certidão de regularidade trabalhista;
- f) Certidão de regularidade com a Fazenda Municipal;

11.3.2 — A regularidade perante o FGTS, a Fazenda Federal e o INSS, sempre que disponível, será aferida nos sites respectivos.

11.3.3 — A prova de regularidade com a Fazenda Federal e a Previdência Social deverá ser feita mediante a apresentação de certidão expedida conforme a Portaria Conjunta PGFN/RFB nº 1.751, de 02/10/2014.

11.3.4 — A prova de regularidade com a Fazenda Estadual deverá ser feita mediante a apresentação da Certidão Negativa de Débito Plena ou Certidão Positiva com Efeito de Negativa.

11.3.4.1 — caso a licitante seja de outro Estado da Federação, deverá apresentar, também, a regularidade para com a Fazenda do Estado de Santa Catarina nos termos dos Decretos Estaduais 3.650/93 e 3.884/93;

11.3.5 — A prova de regularidade trabalhista deverá ser feita mediante a apresentação da Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas ou Positiva Com Efeito de Negativa.

11.3.6 — A prova de regularidade com a Fazenda Municipal será feita mediante a apresentação da Certidão Negativa de Débito Plena ou Certidão Negativa de Débito quanto ao ISSQN (Imposto sobre Serviço de Qualquer Natureza), ou ainda, Certidão Positiva com Efeito de Negativa, desde que conste no corpo da certidão o número da inscrição municipal.

11.3.7 — As MEs e EPPs deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que essa apresente alguma restrição.

11.3.8 — Declaração de que a licitante não está cumprindo penalidade administrativa que a impeça de participar da licitação e que se compromete a informar a existência de fato impeditivo, nos moldes do Anexo VI;

11.3.9 — As certidões e certificados serão considerados como válidos pelo prazo de noventa dias contados a partir da data da respectiva emissão, quando não apresentar expressamente prazo de validade, exceto se indicada legislação específica que disponha diversamente para o respectivo documento.

11.4 — **Qualificação Técnica** (art. 30 da Lei nº 8.666/93)

11.4.1 — Certificado de qualificação técnica emitido pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão – CENP (art. 4º da Lei nº 12.232/10);

11.4.2 — A fim de certificar que a licitante possui capacidade técnica para desempenhar o volume de serviços que a Alesc pretende solicitar, a agência deverá comprovar que prestou, num período de 12 (doze) meses, serviços que correspondam a um investimento mínimo de R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais) por parte do anunciante.

11.4.2.1 — A comprovação do montante mínimo de investimentos referida no item anterior se dará por meio atestado(s) de capacidade técnica fornecido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste(m) que a agência prestou ou vem prestando, a contento, serviços da mesma natureza dos que figuram como objeto desta licitação, e declare(m) o valor investido pelo anunciante num período de 12 meses.

11.4.2.2 — O(s) atestado(s) deve(m) permitir a obtenção das seguintes informações:

- a) indicação do CNPJ, razão social e endereço completo da pessoa jurídica emissora do atestado;
- b) informação do local e da data de expedição do atestado;
- c) descrição da data de início e de término da prestação dos serviços referenciados no documento;
- d) declaração do valor investido pela declarante em um período de 12 (doze) meses e descrição da data de início e de término desse período referenciado;
- e) dados da agência a que se refere(m) o(s) atestado(s).

11.4.2.3 — Para a comprovação do investimento exigido será admitido o somatório de atestados, desde que possibilitem atestar que a soma dos investimentos se deu dentro de um mesmo período de 12 (doze) meses;

11.4.3 — Declaração expressa de que possui condições operacionais de funcionamento, dispondo de estrutura técnico-administrativa capaz de garantir a prestação dos serviços licitados, incluindo escritório na região da Grande Florianópolis, ou, não tendo, compromisso formal de montá-lo dentro do prazo máximo de 30 (trinta) dias após a assinatura do contrato (art. 30, inciso II da Lei nº 8.666/93);

11.5 — **Qualificação Econômico-Financeira** (art. 31 da Lei nº 8.666/93)

11.5.1 — Balanço Patrimonial e demonstrações contábeis referentes ao último exercício social, vedada a substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de três meses da data da apresentação da proposta, comprovando índices de Liquidez Geral – LG –, Liquidez Corrente – LC –, e Solvência Geral – SG –, conforme fórmulas abaixo:

a) Liquidez Geral (LG) = $(\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}) / (\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}) > 1,00$;

b) Liquidez Corrente (LC) = $\text{Ativo Circulante} / \text{Passivo Circulante} > 1,00$;

c) Solvência Geral (SG) = $\text{Ativo Total} / (\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}) > 1,00$

11.5.2 — Certidão negativa de falência ou concordata expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica da licitante (art. 31, inciso II da Lei nº 8.666/93);

11.5.3 — As empresas constituídas em até um ano anterior à data de abertura da licitação, poderão substituir o balanço anual por balanço e/ou balancete referente ao mês imediatamente anterior à data de abertura da licitação, desde que devidamente autenticado pelo órgão competente;

11.5.4 — Quando não houver a obrigatoriedade de publicação do balanço patrimonial e demonstrações contábeis, deverão ser apresentadas cópias legíveis e autenticadas das páginas do Diário-Geral onde os mesmos foram inscritos, devidamente assinados pelo contador responsável e por seus sócios, bem como dos termos de abertura e encerramento do Diário-Geral na Junta Comercial ou no Cartório de Registro de Títulos e Documentos.

11.6 — Notas quanto à documentação de habilitação:

14.6.1 — quando o certificado (ou certidão) for emitido por sistema eletrônico, aceitar-se-á tanto em “original” quanto em “fotocópia”, condicionada a aceitação, contudo, à conferência da autenticidade via *Internet* ou junto ao órgão emissor;

14.6.2 — todos os documentos exigidos deverão estar dentro de seus prazos de validade;

14.6.3 — para o documento no qual não conste prazo de validade (vencimento), será considerado o prazo de 90 dias a contar da data da sua emissão;

14.6.4 — serão aceitos documentos em fotocópias desde que autenticadas em cartório competente ou na própria Coordenadoria de licitações da Alesc antes da abertura da Sessão Pública, acompanhadas do documento original (art. 32 da Lei nº 8.666/93);

14.6.5 — os documentos cuja autenticidade pode ser verificada pela internet estão dispensados da autenticação a que se refere à nota anterior;

14.6.6 — documento matriz/filial: Os documentos apresentados deverão estar em nome da licitante responsável pelo Contrato com o número do CNPJ e endereço respectivo;

14.6.7 — a não regularização da documentação no prazo previsto no § 1º do art. 43 da Lei Complementar nº 123/06, implicará decadência do direito à contratação, podendo a ALESC adjudicar fornecimento às licitantes remanescentes na forma da Lei, sem prejuízo das sanções previstas no presente Edital.

11.7 — Os documentos de habilitação serão examinados pela Comissão Permanente de Licitações que julgará habilitadas as licitantes que atenderem todos os requisitos estabelecidos neste Edital e seus anexos.

12 — DA COMPOSIÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

12.1 — A análise e o julgamento técnicos deste certame, relativamente ao conteúdo dos Envelopes nº 1 e 3 respectivamente, de acordo com a sequência de procedimentos elencados no item seguinte (item 13), dar-se-ão por intermédio de uma Subcomissão Técnica constituída nos termos do art. 10 e parágrafos da Lei nº 12.232 de 29/04/2010.

12.2 — A subcomissão técnica, mencionada no subitem anterior, será composta por 03 (três) membros titulares, todos formados em comunicação, publicidade, marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que pelo menos $\frac{1}{3}$ (um terço) deles não terá nenhum vínculo funcional direto ou indireto com a ALESC (art. 10, §§ 1º e 2º da Lei nº 12.232/10).

12.3 — A escolha dos referidos membros acontecerá por meio de sorteio em Sessão Pública na forma do art. 10, § 2º da Lei Federal nº 12.232/10.

12.4 — A relação contendo os nomes referidos nos itens 12.2 e 12.3 deste Edital será publicada no Diário da Assembleia em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a Sessão Pública marcada para o sorteio (art. 10, § 4º da Lei nº 12.232/10).

13 — DO PROCESSAMENTO DA LICITAÇÃO

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

13.2 — A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 3.2.3 deste Edital.

13.3 — Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos envelopes com as Propostas Técnicas e de Preços.

13.4 — O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços e a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes classificadas nesse julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no presente Edital.

13.5 — Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica e de Preços ou à adjudicação do objeto da licitação à vencedora

13.6 — Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Permanente de Licitações ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnica e de Preços resultará na sua desclassificação.

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

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

Primeira Sessão

13.9 — A primeira sessão pública será realizada às 09 horas e 15 minutos do dia **07/11/2022** na sala nº 806, localizada na Avenida Mauro Ramos nº 300, Centro, Florianópolis, Santa Catarina e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 3.2.3 deste Edital;
- b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 2 deste Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber os envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 das licitantes em condições de participação;
- d) conferir se esses envelopes estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital.

13.9.1 — O Envelope nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - **Via Não Identificada**, só será recebido pela Comissão Permanente de Licitações se:

- a) não estiver identificado;

b) não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2;

c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Envelope nº 2.

13.9.2 — Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 13.9.1, a Comissão Permanente de Licitações não receberá o Envelope nº 1 e desclassificará a Licitante.

13.9.3 — A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Envelopes nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitações, e separá-los dos Envelopes nº 1 e nº 3;

b) retirar e analisar o conteúdo dos Envelopes nº 1;

c) abrir os Envelopes nº 3 e rubricar seu conteúdo;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para análise, os documentos constantes dos Envelopes nº 1 e nº 3;

e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão.

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

13.9.5 — A Comissão Permanente de Licitações não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Envelopes nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes.

13.9.6 — Abertos os Envelopes nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Permanente de Licitações.

13.9.7 — Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Permanente de Licitações na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 13.9.8 e seguintes.

13.9.7.1 — Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Permanente de Licitações, pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 17, abrindo-se o prazo de 05 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

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

a) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitações à Subcomissão Técnica, dos Envelopes nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada);

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Envelopes nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas neste Edital;

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Envelopes nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Permanente de Licitações, na devolução dos Envelopes nº 1;

d) somente após o recebimento dos documentos e dos Envelopes nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitações à Subcomissão Técnica, dos Envelopes nº 3 (Conjunto de Informações) das licitantes;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Envelopes nº 3 (Conjunto de Informações) das licitantes, desclassificando aquelas que desatenderem a Lei ou o presente instrumento convocatório;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Envelopes nº 3 (Conjunto de Informações) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Permanente de Licitações, na devolução dos Envelopes nº 3.

13.9.9 — A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um determinado quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito analisado, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório (art. 6º, inciso VII da Lei nº 12.232/10).

13.9.9.1 — Persistindo a diferença de pontuação após a reavaliação do quesito prevista no subitem anterior, os membros da subcomissão técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

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

13.9.11 — Se a subcomissão técnica verificar a existência de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria da proposta técnica em momento anterior à abertura do Envelope nº 3, e que não tenha sido constatado antes pela Comissão Permanente de Licitações, deverá registrar o fato em Ata a fim de que sejam tomadas as devidas providências.

13.9.12 — As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 13.9.8 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e as pontuações de cada membro para cada subquesito do Conjunto de Informações, de cada licitante.

Segunda Sessão

13.10 — Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Envelopes nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitações convocará as licitantes, na forma do item 16, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Envelopes nº 2;

c) cotejar os documentos constantes dos Envelopes nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Envelopes nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de autoria;

d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;

e) identificar a nota da proposta técnica de cada Licitante e informar que as mesmas serão publicadas na forma do item 16, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso.

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

13.11 — A desclassificação de licitante em razão da proposta técnica implicará na restituição incólume do seu Envelope nº 4 – Proposta de Preço (art. 46, § 1º, inciso IV da Lei nº 8.666/93).

Terceira Sessão

13.12 — Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, referentes à nota da proposta técnica, a Comissão Permanente de Licitações convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico, na forma do item 16, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Envelopes nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitações e pelos representantes das licitantes presentes;

c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Envelopes nº 4;

d) analisar o cumprimento das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços, desclassificando as licitantes que não as atenderem, e julgar as referidas propostas de acordo com os critérios estabelecidos neste Edital;

e) calcular a Nota da Proposta de Preços de cada licitante, conforme disposto no subitem 15.2 deste Edital;

f) calcular a Nota Média Ponderada Final de cada licitante, conforme disposto no subitem 15.5; e

g) informar que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será publicado na forma do item 16, com a indicação da ordem de classificação e das licitantes desclassificadas, abrindo-se prazo para interposição de recurso.

Quarta Sessão

13.13 — Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, referentes ao resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, a Comissão Permanente de Licitações convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na forma do item 16, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes classificadas presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

- b) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes classificadas, nos termos do item 2 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber e abrir os Envelopes nº 5 das licitantes em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitações e pelos representantes das licitantes classificadas presentes;
- d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Envelopes nº 5;
- f) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 16, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea 'a' do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666/1993;
- g) informar que será publicado, na forma do item 16, o nome da(s) licitante(s) vencedora(s) desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

14 — DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

14.1 — O plano de comunicação publicitária será composto de quatro quesitos – I) raciocínio básico, II) estratégia de comunicação publicitária, III) ideia criativa e IV) estratégia de mídia e não-mídia – que serão avaliados segundo os critérios enumerados a seguir:

14.1.1 — Raciocínio básico – Acuidade de compreensão:

- a) das funções e do papel do Poder Legislativo nos contextos social, político e econômico;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da ALESC com seu público;
- c) das características e das atividades do Poder Legislativo que sejam relevantes para a comunicação;
- d) dos desafios de comunicação a serem enfrentados pela ALESC;
- e) das soluções de comunicação para enfrentar esses desafios.

14.1.2 — Estratégia de Comunicação Publicitária:

- a) adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e às características da ALESC e a seus desafios de comunicação;
- b) consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da ALESC com seu público;
- d) adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios de comunicação da ALESC;
- e) capacidade de articular os conhecimentos sobre a ALESC, seus desafios de comunicação, seus públicos, os objetivos de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

14.1.3 — Ideia Criativa:

- a) adequação aos desafios de comunicação da ALESC;
- b) adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) adequação ao universo cultural do público-alvo;
- d) multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) pertinência com as atividades da ALESC e com sua inserção nos contextos social, político e econômico;

- h) os desdobramentos de comunicação que enseja;
- i) a exequibilidade das peças;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças com os meios e com os públicos propostos.

14.1.4 — Estratégia de Mídia e Não Mídia:

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

14.2 — O conjunto de informações referentes ao proponente será composto de três quesitos – I) capacidade de atendimento, II) repertório e III) relatos de soluções de problemas de comunicação – que serão avaliados segundo os critérios enumerados a seguir:

14.2.1 — Capacidade de Atendimento:

- a) porte e tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito dos mesmos no mercado;
- b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) adequação das qualificações e quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da ALESC;
- d) adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão disponíveis para a execução do contrato;
- e) adequação da sistemática de atendimento e prazos propostos, bem como a operacionalidade do relacionamento entre a ALESC e a licitante;
- f) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da ALESC, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

14.2.2 — Repertório:

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

14.2.3 — 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.

14.3 — A nota da proposta técnica está limitada ao máximo de **100 (cem) pontos e resultará das seguintes pontuações parciais:**

14.4 — A pontuação de cada quesito da proposta técnica será obtida pela execução sequencial dos seguintes procedimentos:

- a) cada membro da Subcomissão Técnica atribui nota de 0 (zero) a 10 (dez) para cada quesito da Proposta Técnica, sendo vedadas notas fracionadas;
- b) apura-se a média aritmética das notas atribuídas pela Subcomissão Técnica para cada quesito;
- c) a nota média de cada quesito, apurada segundo o descrito na alínea “b”, é multiplicada pelo respectivo peso, conforme tabela abaixo:

QUESITO TÉCNICO	PESOS
-----------------	-------

Raciocínio Básico	15
Estratégia de Comunicação Publicitária	22
Ideia Criativa	23
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
Capacidade de Atendimento	12
Repertório	09
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	09

d) divide-se o valor obtido segundo o cálculo descrito a alínea “c” por 10 (dez), obtendo-se a pontuação de cada quesito.

14.5 — A Nota da Proposta Técnica de cada licitante será obtida pela soma da pontuação de cada quesito, apurada segundo o descrito no item 14.4.

14.6 — Na hipótese de ocorrerem números fracionados, em qualquer fase do procedimento de apuração das notas, serão considerados até o máximo de duas casas após a vírgula, sem aplicação de arredondamento de qualquer espécie.

14.7 — Serão desclassificadas as propostas que:

- a) Descumprirem qualquer disposição do Edital;
- b) Não alcançarem, no total, a nota mínima de 60 (sessenta) pontos;
- c) Obtiverem nota 0 (zero) em qualquer dos quesitos.

15 — DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS E DA CLASSIFICAÇÃO FINAL

15.1 — A proposta de preços deverá indicar os percentuais de desconto sobre os custos internos e sobre os honorários e honorários especiais referentes aos custos de serviços realizados por terceiros.

15.1.1 — Somente serão abertas as propostas de preços das empresas licitantes classificadas na fase de julgamento das propostas técnicas;

15.2 — A nota da proposta de preços está limitada ao máximo de **100 (cem) pontos**, e resultará da soma das seguintes pontuações parciais:

15.2.1 — Percentual de desconto sobre os custos internos, baseados na tabela de preços vigente do SINAPRO/SC (item 9.1, alínea “a”):

- a) Desconto de 0% = 0 pontos
- b) Desconto de 10% = 25 pontos
- c) Desconto de 15% = 37 pontos
- d) Desconto de 20% = 50 pontos

15.2.2 — Percentual de desconto sobre **honorários** e **honorários especiais** referentes aos custos de serviços realizados por terceiros (item 9.1, alíneas “b” e “c”):

- a) Desconto de 0% = 0 pontos
- b) Desconto de 3% = 15 pontos
- c) Desconto de 5% = 25 pontos
- d) Desconto de 10% = 50 pontos

15.3 — Os descontos oferecidos pelas licitantes não poderão ter percentuais diferentes daqueles que constam nos subitens 15.2.1 e 15.2.2.

15.4 — Será desclassificada a Proposta de Preços em relação à qual for constatado:

- a) o não atendimento das condições estabelecidas neste Edital e de seus anexos;
- b) a fixação de condicionantes para a entrega dos serviços contratados;
- c) a oferta de descontos diferentes daqueles previstos nos itens 15.2.1 e 15.2.2
- d) apresentar qualquer acréscimo aos preços previstos na Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/SC a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria agência;
- e) que não atingiu a pontuação mínima de 50 (cinquenta) pontos na proposta de preços.

15.5 — As notas das Propostas Técnicas terão peso 7 (sete) e as notas das Propostas de Preços terão peso 03 (três), sendo classificadas as licitantes segundo a ordem decrescente da nota média ponderada, obtida com a aplicação da seguinte fórmula:

$$NMP = [7 \times (NPT) + 3 \times (NPP)] / 10$$

Sendo:

NMP = Nota Média Ponderada Final

NPT = Nota da Proposta Técnica

NPP = Nota da Proposta de Preços

15.6 — Em caso de empate, serão consideradas mais bem classificadas as licitantes que tiverem obtido a maior pontuação em cada um dos quesitos da Proposta Técnica segundo a ordem abaixo:

- a) Raciocínio Básico;
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária;
- c) Ideia Criativa;
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- e) Capacidade de Atendimento;
- f) Repertório;
- g) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

15.7 — Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão, ou em ato público marcado e conduzido pela Comissão Permanente de Licitações.

15.8 — Serão consideradas vencedoras as **03 (três) licitantes** que obtiverem as maiores Notas Médias Ponderadas Finais.

16 — DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

16.1 — A juízo da Comissão Permanente de Licitações, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário da Assembleia é obrigatória:

- a) nas sessões de recebimento e abertura de Envelopes;
- b) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

17 — DA IMPUGNAÇÃO DO ATO CONVOCATÓRIO

17.1 — Compete à Comissão Permanente de Licitação decidir sobre a impugnação do edital, sendo ouvida a Procuradoria-Geral, quando for o caso, nos termos do art. 25, VIII, da Deliberação da Mesa nº 2.598, de 2014.

17.2 — No prazo de até 5 (cinco) dias úteis antes da data fixada para abertura dos envelopes, qualquer pessoa poderá solicitar esclarecimentos, providências e impugnar o ato convocatório desta Concorrência.

17.3 — O pedido de impugnação deverá ser dirigido à Coordenadoria de Licitações, através da Gerência de Protocolo da ALESC (localizada na Rua Doutor Jorge da Luz Fontes nº 310, Palácio Barriga Verde, Andar Térreo, Sala nº 21.

17.4 — Acolhida a petição contra o ato convocatório, será designada nova data para a realização do certame.

18 — DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

18.1 — Dos atos praticados pela Administração, caberá recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis contados da intimação, nos casos de:

- a) julgamento das propostas técnicas e de preços;
- b) anulação ou revogação da licitação;
- c) habilitação ou inabilitação da licitante.

18.2 — A eventual interposição de recursos referentes ao resultado da presente licitação deverá efetivar-se no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis após ciência da decisão, através de petição escrita dirigida ao Diretor-Geral da ALESC e entregue na Gerência de Protocolo localizada no endereço mencionado no item 17.3 deste Edital (art. 109, inciso I da Lei nº 8.666/93).

18.3 — Interposto o recurso, dele será dado conhecimento às demais licitantes que disporão do prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, contados da data do recebimento da comunicação, para, querendo, impugná-lo (art. 109, § 3º da Lei nº 8.666/93).

18.4 — Compete à Comissão Permanente de Licitação receber e examinar os recursos interpostos contra seus atos e, quando mantiver as decisões proferidas, encaminhá-los ao Diretor-Geral, devidamente instruídos.

18.5 — Não será conhecido recurso interposto fora do prazo legal ou com fins meramente protelatórios, assim entendidos os recursos em que se constatar ausência de argumentos plausíveis e comprovação do alegado.

19 — DA CONTRATAÇÃO

19.1 — Convocação para assinatura do Contrato.

19.1.1 — Concluído o processo licitatório, e desde que tenha sido homologado o seu resultado, a ALESC adjudicará às respectivas licitantes vencedoras.

19.1.2 — A ALESC convocará as licitantes vencedoras que terão o prazo de cinco dias úteis, contado da data da convocação, para assinar o termo de Contrato de acordo com a minuta que constitui o Anexo VII deste Edital.

19.1.3 — Transcorrido o prazo sem que o Contrato seja assinado, a ALESC poderá, a seu critério, convocar as licitantes remanescentes, obedecida à ordem de classificação, para assinar Contrato em idêntico prazo e nas mesmas condições negociadas com as três licitantes vencedoras.

19.1.4 — Havendo recusa injustificada por parte das licitantes vencedoras quando da assinatura do Contrato, a ALESC poderá aplicar multa à empresa no valor equivalente a 5% (dez por cento) calculado sobre o valor anual estimado da contratação, sem prejuízo de outras sanções previstas na Lei nº 8.666/93.

19.2 — Da vigência do Contrato

19.2.1 — As agências que vierem a ser contratadas na presente licitação prestarão serviços de forma continuada.

19.2.2 — O prazo de vigência dos Contratos para a execução dos serviços ajustados será de 12 (doze) meses, a

iniciar-se na data de sua assinatura.

19.2.3 — O prazo contratado poderá ser aditado e prorrogado, a critério da ALESC, mediante acordo formal entre as partes, sendo limitado ao prazo máximo de 60 (sessenta) meses na forma do art. 57 da Lei nº 8.666/93.

19.2.4 — Os contratos que vierem a ser assinados poderão ser rescindidos pela ALESC a qualquer tempo nas hipóteses previstas na Lei nº 8.666/93 e nos termos dos próprios contratos, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista qualquer direito de indenização às licitantes contratadas.

19.2.5 — Da rescisão contratual decorrerá o direito da ALESC, incondicionalmente, reter os créditos decorrentes do Contrato até o limite do valor dos prejuízos causados ou em face ao cumprimento irregular do avençado, além das demais sanções estabelecidas neste Edital, no contrato e em lei, para a plena indenização do erário.

19.2.6 — As sanções e penalidades que poderão ser aplicadas às licitantes contratadas são as previstas na Lei nº 8.666/93 e nos Contratos celebrados.

19.3 — A execução do Contrato

19.3.1 — A execução dos contratos se processará através da emissão de autorizações de produção e de divulgação, as quais especificarão os serviços a serem realizados.

19.3.2 — As autorizações referidas no item anterior observarão os procedimentos detalhados no contrato.

19.3.3 — É admitido que as licitantes contratadas assinem ajustes com fornecedores ou terceiros para a prestação de serviços indispensáveis à execução do contrato celebrado com a ALESC, sendo de sua exclusiva responsabilidade as obrigações decorrentes de pactos que firmar com estes.

19.3.4 — São partes integrantes do Contrato a ser celebrado, como se transcritos estivessem, o presente Edital, seus anexos, os documentos, propostas e informações apresentadas pelas licitantes contratadas que deram suporte ao julgamento da licitação.

19.3.5 — Será de responsabilidade das licitantes contratadas o ônus resultante de quaisquer ações, demandas de qualquer natureza, custos e despesas decorrentes de danos causados ao ALESC ou terceiros, por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

19.3.6 — É vedado às licitantes contratadas caucionar ou utilizar o contrato decorrente da presente licitação para qualquer operação financeira.

19.3.7 — As licitantes contratadas se obrigam a manter, durante toda a execução dos contratos, as condições de habilitação e qualificação exigidas nesta licitação.

19.4 — Da alteração do Contrato

19.4.1 — O contrato a ser celebrado poderá ser alterado, além do previsto no presente Edital, na forma e condições estabelecidas no art. 65 da Lei nº 8.666/93.

19.5 — Dos serviços contratados e executados

19.5.1 — A fiscalização, aceitação e rejeição pela ALESC dos serviços executados pelas licitantes contratadas, bem como suas consequências atenderão ao que se encontra definido na minuta do Contrato, Anexo VII.

19.5.2 — Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração ou indenização será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pelo ALESC e comprovadamente realizadas a contento pela contratada, nos termos do ajuste.

20 — DOS DIREITOS AUTORAIS

20.1 — Fica estabelecida a cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso, ideias (inclusos os estudos, planos, etc.), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, concebidas, criadas e produzidas em virtude do Contrato firmado, para a propriedade da ALESC, sendo inexigível remuneração adicional a qualquer tempo e título.

20.1.2 — Nos casos excepcionais deverão ser previamente negociados com a ALESC quaisquer serviços que importem em cessão de direitos autorais para determinar eventual limitação no seu uso, preço original de reutilização e outras condicionantes através de termo de compromisso formal.

20.2 — A ALESC considerará já incluída no custo de produção toda e qualquer remuneração exigida por terceiros, derivada da cessão de direitos autorais de fornecedoras das contratadas, ou uso de imagem de artistas e modelos, seja por tempo limitado ou definitivo.

21 — RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS.

21.1 — O valor total destinado para os gastos com os serviços de Publicidade e Propaganda será de R\$ 24.000.000,00 (vinte e quatro milhões de reais) por ano, computando-se todos os objetos citados no item 5.1 deste Edital.

21.2 — A ALESC reserva-se o direito de a seu exclusivo juízo, utilizar ou não a totalidade da verba prevista para a execução dos serviços de publicidade.

21.3 — O valor citado nos itens 1.4 e 21.1 deste Edital poderá ser dividido em 03 (três) partes iguais a saber: R\$ 8.000.000,00 (oito milhões de reais) para a primeira colocada, R\$ 8.000.000,00 (oito milhões de reais) para a segunda colocada e R\$ 8.000.000,00 (oito milhões de reais) para a terceira colocada, conforme permitido no art. 2º, § 3º da Lei nº 12.232/10.

22 — DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES, DA FISCALIZAÇÃO DO OBJETO, DO PAGAMENTO E DAS SANÇÕES

22.1 — As obrigações do **LICITANTE** e da ALESC, a fiscalização do objeto deste certame, a forma de pagamento, bem como as sanções contratuais, estão previstas nos Anexos II (Termo de Referência) e VII (Minuta do Contrato), encartados neste Edital.

23 — PARTICIPAÇÃO DE MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE

23.1 — As microempresas (ME) e as empresas de pequeno porte (EPP), para fazerem jus às prerrogativas que lhes são outorgadas, deverão apresentar:

23.1.1 — certidão, expedida pela Junta Comercial ou pela Receita Federal, comprovando a sua condição de ME ou de EPP (art. 3º da Lei Complementar nº 123/06), que deverá ser inserida no Envelope nº 5 - Habilitação.

23.2 — Será interpretada como renúncia ao direito de preferência a falta de cumprimento do requisito descrito no item anterior.

23.3 — A falsidade de declaração objetivando os benefícios da Lei Complementar nº 123/06, caracterizará o crime de que trata o art. 299 do Código Penal, sem prejuízo do enquadramento em outras figuras penais e das sanções administrativas previstas neste edital.

23.4 — As Microempresas e Empresas de Pequeno Porte deverão apresentar toda a documentação exigida para fins de habilitação, ainda que apresente alguma restrição, sob pena de inabilitação (art. 43 da Lei Complementar nº 123/06).

23.5 — As Microempresas e Empresas de Pequeno Porte que apresentarem documentação de regularidade fiscal com restrição, deverão suprir esta deficiência mediante a apresentação das respectivas certidões regularizadas no prazo de até 05 (cinco) dias úteis, que poderá ser prorrogado por igual período a critério da ALESC (art. 43, § 1º da Lei

Complementar nº 123/06).

23.6 — A não regularização da documentação no prazo previsto no § 1º do art. 43 da Lei Complementar nº 123/06, implicará decadência do direito à contratação, podendo a ALESC adjudicar o objeto às licitantes remanescentes, sem prejuízo das sanções previstas no presente Edital.

23.6.1 — A contagem desse prazo inicia-se a partir da declaração de vencedor do certame (art. 43, § 1º da Lei Complementar nº 123/06).

24 — DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

24.1 — É facultada à Comissão Permanente de Licitações ou à autoridade superior, em qualquer fase desta licitação, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, sendo vedada inclusão "a posteriori" de documento ou informação que deveria constar originalmente da proposta.

24.2 — Durante o processamento desta licitação as licitantes deverão autorizar a Comissão Permanente de Licitações a realizar vistoria de suas instalações e equipamentos disponíveis para a realização dos serviços licitados, se julgado necessário por esta.

24.3 — 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.

24.4 — Na apreciação dos documentos e no julgamento das propostas, a Comissão Permanente de Licitações poderá relevar omissões nitidamente formais, sanáveis em prazo determinado pela Comissão, desde que restem intocados a lisura e o caráter competitivo do procedimento licitatório.

24.5 — O *briefing* constante do (Anexo II) e o Termo de Referência (Anexo I) partes integrantes deste Edital, correspondem nos seus termos, ao projeto básico previsto no art. 7º e seguintes da Lei nº 8.666/93.

24.6 — A Coordenadoria de Licitações dirimirá as dúvidas relativas a este Edital de licitação, desde que formuladas por escrito (ofício ou e-mail) e endereçadas à ALESC pelos representantes legais ou prepostos da licitante interessada, até 05 (cinco) dias úteis antecedentes ao dia fixado para o recebimento dos envelopes.

24.7 — Em caso de cisão, incorporação ou fusão das licitantes contratadas com outras agências de propaganda caberá à ALESC decidir pela continuidade ou não do Contrato celebrado, não cabendo às licitantes contratadas qualquer espécie de indenização.

24.8 — A ALESC poderá revogar a presente licitação por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar o ato, ou anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros mediante parecer escrito e devidamente fundamentado.

24.9 — O presente Edital e seus anexos poderão ser alterados pela ALESC antes de aberta dos envelopes, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em razão de solicitação de esclarecimento, bem como adiar ou prorrogar o prazo para recebimento dos documentos e propostas.

24.10 — A homologação do resultado da qualificação e seleção das licitantes não gera o direito automático à contratação ou a obrigatoriedade de utilização de seus serviços.

24.11 — Cópia deste Edital e seus anexos poderão ser obtidos pelos interessados Junto à Coordenadoria de Licitações e Contratos da ALESC, localizada na Avenida Mauro Ramos nº 300, 8º andar, Centro, Florianópolis/SC, sala 801, telefone: (48) 3221-2772, no horário compreendido entre 7h e 19h e no sítio eletrônico da ALESC (www.alesc.sc.gov.br).

Florianópolis, datado e assinado eletronicamente.

CONTRATANTE:

Assembleia Legislativa do Estado de Santa
Catarina (ALESC)

André Luiz Bernardi
Diretor-Geral

Leonardo Ulisses Moraes
Presidente da Comissão de Elaboração de
Editais, Contratos e Cadastros

Rafael Batista dos Santos
Coordenador de Licitações e Contratos

ANEXO I**CONCORRÊNCIA Nº 001/2022****TERMO DE REFERÊNCIA****1. OBJETO**

Contratação de agências de publicidade para a prestação de serviços de publicidade e propaganda à Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina.

2. MOTIVAÇÃO

Consagrada na Constituição Federal de 1988, a tripartição de poderes do Estado, que estabelece a independência e a harmonia entre o Legislativo, o Executivo e o Judiciário, pressupõe poderes fortes e em equilíbrio, para que o controle que um deve exercer sobre o outro possa ter efetividade. Enfraquecido um dos poderes, desequilibra-se o sistema de freios e contrapesos que sustenta o edifício democrático.

Nos últimos anos, a profusão de notícias desabonadoras relacionadas à política e aos ocupantes de cargos públicos, somada ao desconhecimento da importância do Poder Legislativo para a sustentação da democracia, tem causado um grande desgaste na imagem das Casas Legislativas do país junto à população em geral. Esse enfraquecimento de um dos poderes junto à opinião pública pode ter consequências daninhas e deve ser enfrentado. Essencial no combate a esse desgaste é a informação. Conhecidora da importância de todos os três poderes para o equilíbrio democrático, a população passa a ter mais recursos para tomar posições com mais consciência.

É exatamente com esse intuito de levar informação ao povo catarinense que a Assembleia Legislativa tem se esmerado em utilizar, de forma integrada, todas as ferramentas da Comunicação Social. Por meio da produção e da distribuição de conteúdo jornalístico, esta Casa procura divulgar as mais diversas atividades parlamentares e a atuação dos deputados estaduais, levando ao debate público os projetos de lei em tramitação, as leis aprovadas, a fiscalização das atividades do Poder Executivo, dentre outras ações. Tem objetivo semelhante a comunicação realizada pela Assembleia por meio de campanhas publicitárias, muito embora se utilize de uma abordagem distinta. A técnica publicitária recorre muitas vezes a recursos dramáticos e estéticos, visando a sensibilizar o público à mensagem que se pretende transmitir. Além disso, com o conhecimento de que dispõem sobre os meios de comunicação, sobre os veículos de mídia, sobre o público-alvo e sobre formas inovadoras de se relacionar com esse público, as agências de publicidade têm condições de otimizar grandemente a propagação das ideias que se quer difundir.

Esta licitação, portanto, tem como fundamento de sua motivação a necessidade de aproximação entre o Parlamento Catarinense e a população, a fim de fazê-la conhecer a atuação do Legislativo e de que forma suas ações afetam a vida de todos os catarinenses.

3. FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

A presente licitação fundamenta-se na Lei Federal Nº 12.232/2010 e, complementarmente, nas Leis Federais Nº 4.680/1965 e Nº 8.666/1993.

4. DETALHAMENTO DO OBJETO

4.1. Os serviços de publicidade e propaganda, objeto da presente licitação, compreendem o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias ou informar o público em geral. Incluem-se ainda, como atividades complementares, os seguintes serviços especializados:

4.1.1. Planejamento e execução de pesquisas, monitoramentos e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento relativos à execução dos contratos.

4.1.1.1. As pesquisas e as avaliações previstas no item 4.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação da ALESC, o público-alvo e os veículos de comunicação e de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação das mensagens; e
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias.

4.1.1.2. É vedada qualquer aplicação das pesquisas e avaliações para fins eleitorais ou inclusão de matéria estranha ou sem pertinência com a ação publicitária e de comunicação ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

4.1.2. Produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados.

4.1.3. 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.

4.2. Exclui-se do objeto desta licitação a publicidade oficial, assim entendida a publicação de atos oficiais, de natureza administrativa ou legal, tais como leis, atos normativos, atos de pessoal, publicidade de licitações e contratos etc.

4.3. Para a prestação dos serviços poderão ser contratadas até 3 (três) agências de publicidade.

4.3.1. A possibilidade de adjudicação do objeto a mais de uma agência justifica-se pela quantidade de demandas a que as contratadas estarão sujeitas, de modo que, em havendo mais de uma agência prestando os serviços, o CONTRATANTE pode distribuir as tarefas entre elas, ganhando em agilidade.

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

4.5. As agências atuarão por ordem e conta da ALESC, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução de atividades complementares, e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

4.6. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 4.1.

5. MODALIDADE E TIPO DE LICITAÇÃO

5.1. A licitação será na modalidade concorrência, do tipo técnica e preço.

5.2. Dar-se-á peso 7 (sete) à proposta técnica e peso 3 (três) à proposta de preço.

6. DA PROPOSTA TÉCNICA

6.1. A proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no briefing, e de um conjunto de informações referentes ao proponente.

6.2. O plano de comunicação publicitária deverá ser composto dos quatro quesitos descritos a seguir:

6.2.1. Raciocínio básico, sob a forma de texto, de no máximo 2 (duas) páginas A4, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da ALESC e a compreensão da licitante sobre os desafios de comunicação a serem enfrentados;

6.2.2. Estratégia de comunicação publicitária, apresentação na forma de texto, de no máximo 2 (duas) páginas A4, em que a licitante deve defender, em linhas gerais, o partido temático e o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação definidos pela ALESC, além de explicitar e defender os principais pontos da estratégia de comunicação sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar;

6.2.3. Ideia criativa, texto, de no máximo 1 (uma) página A4, em que a licitante limitar-se-á a apresentar a síntese da estratégia de comunicação publicitária e a defesa da ideia criativa, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não assumir a forma de um slogan passível de ser utilizado em ações de comunicação da ALESC. A ideia criativa deve constituir uma proposta de concretização do raciocínio básico e da estratégia de comunicação publicitária;

6.2.3.1. Como parte do quesito ideia criativa, a LICITANTE apresentará campanha publicitária online e off line com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de concretização do raciocínio básico e da estratégia de comunicação publicitária propostos e demonstrem sua harmonia com a redução da mensagem de que trata o item 6.2.3.

6.2.3.2. Os exemplos de peças só poderão ser apresentados sob a forma de roteiro, "layout", "story board" impresso ou roteiro de "spot" de rádio, limitados a uma peça para cada meio (convencional ou não convencional) de veiculação proposto pela licitante.

6.2.3.3. Entende-se por "meio": TV, Rádio, Internet computadores (desktops, laptops, notebooks e assemelhados), Internet dispositivos móveis (tablets e smartphones), Revista, Jornal, Mídia exterior (outdoor, painéis assemelhados, ponto de ônibus, backbus, banca de revista etc.) e enxoval de campanha;

6.2.3.4. As páginas utilizadas para apresentação dos exemplos de peças não são contabilizadas para efeito do disposto no item 6.2.3.

6.2.4. Estratégia de mídia e não-mídia, na forma de texto, de no máximo 2 (duas) páginas A4, em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no Briefing;

6.2.4.1. Deve ser apresentado, anexo ao texto, plano simulado de distribuição das peças (plano de mídia), composto por tabelas, gráficos, ou planilhas;

6.2.4.2. Deve ser apresentado quadro resumo que identifique as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação;

6.2.4.3. Os anexos referidos nos subitens 6.2.4.1 e 6.2.4.2 não serão computados para efeito da contagem do número de páginas estabelecido no item 6.2.4;

6.2.4.4. Todas as peças apresentadas no quesito "Ideia Criativa" (item 6.2.3 e seus subitens) devem estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não-Mídia proposta.

6.2.4.5. Nesta simulação:

a) Os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do edital;

b) Os custos de criação deverão estar em conformidade com os valores cheios da Tabela Referencial

- de Preços vigente do SINAPRO/SC;
- c) Deve-se utilizar como honorários de produção o percentual de 15% (quinze por cento).

6.3. O conjunto de informações referentes ao proponente será composto dos três quesitos a seguir:

6.3.1. Capacidade de atendimento, constituída de textos em que a licitante apresentará:

- 6.3.1.1. Clientes: relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da apresentação da Proposta Técnica, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;
- 6.3.1.2. Equipe: quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo nome, formação e experiência), dos profissionais que estarão à disposição da execução dos serviços à ALESC, discriminando as suas áreas de atuação;
- 6.3.1.3. Infraestrutura: as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- 6.3.1.4. Sistemática de atendimento, detalhando as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante na execução do Contrato, e discriminando 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;
- 6.3.1.5. Informações de marketing: discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocarão regularmente à disposição da ALESC, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

6.3.2. Repertório, apresentação de trabalhos concebidos e distribuídos para veiculação pela licitante, sob a forma de peças e suas respectivas memórias técnicas, nas quais incluir-se-á apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver.

- 6.3.2.1. A licitante deverá apresentar 3 (três) "cases" (campanhas concebidas, criadas e distribuídas por ela), com até cinco peças cada, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.
- 6.3.2.2. Cada peça deverá ser acompanhada de ficha técnica, com a identificação da licitante e do anunciante, a data de produção e o período de veiculação, bem como menção a premiações e reconhecimentos alcançados, se houver.
- 6.3.2.3. As peças eletrônicas e os spots e/ou jingles deverão ser fornecidos em CD, DVD ou pen drive executáveis no sistema operacional Windows, e as peças gráficas, em proporções que possibilitem manuseio e leitura, indicando suas dimensões originais.
- 6.3.2.4. As peças devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 01/01/2017.
- 6.3.2.5. As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pela Alesc.

6.3.3. Relatos de soluções de problemas de comunicação, apresentação de até dois relatos, cada um com no máximo duas páginas A4, em que serão descritas soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas pela licitante e implementadas por seus clientes.

- 6.3.3.1. As propostas devem ter sido implementadas a partir de 01/01/2017.
- 6.3.3.2. Cada relato deverá ser elaborado pela licitante, com nome, cargo ou função e assinatura do funcionário responsável por sua elaboração, não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pela Alesc, e deverá estar formalmente referendado pelo cliente.
- 6.3.3.3. A formalização do referendo deverá ser feita na última página do relato, na qual constarão o nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. As duas páginas do relato deverão estar assinadas pelo autor do referendo.
- 6.3.3.4. É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato. A forma de apresentação das peças é a mesma do subitem 6.3.2.3.

7. CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

7.1. O plano de comunicação publicitária será composto de quatro quesitos – I) raciocínio básico, II) estratégia de comunicação publicitária, III) ideia criativa e IV) estratégia de mídia e não-mídia – que serão avaliados segundo os

critérios enumerados a seguir:

7.1.1. Raciocínio básico – Acuidade de compreensão:

- a) das funções e do papel do Poder Legislativo nos contextos social, político e econômico;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da ALESC com seu público;
- c) das características e das atividades do Poder Legislativo que sejam relevantes para a comunicação;
- d) dos desafios de comunicação a serem enfrentados pela ALESC;
- e) das soluções de comunicação para enfrentar esses desafios.

7.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária:

- a) adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e às características da ALESC e a seus desafios de comunicação;
- b) consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da ALESC com seu público;
- d) adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios de comunicação da ALESC;
- e) capacidade de articular os conhecimentos sobre a ALESC, seus desafios de comunicação, seus públicos, os objetivos de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

7.1.3. Ideia Criativa:

- a) adequação aos desafios de comunicação da ALESC;
- b) adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) adequação ao universo cultural do público-alvo;
- d) multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) pertinência com as atividades da ALESC e com sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) os desdobramentos de comunicação que enseja;
- i) a exequibilidade das peças;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças com os meios e com os públicos propostos.

7.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia:

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

7.2. O conjunto de informações referentes ao proponente será composto de três quesitos – I) capacidade de atendimento, II) repertório e III) relatos de soluções de problemas de comunicação – que serão avaliados segundo os critérios enumerados a seguir:

7.2.1. Capacidade de Atendimento:

- a) porte e tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito dos mesmos no mercado;
- b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) adequação das qualificações e quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da ALESC;
- d) adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão disponíveis para a execução do contrato;
- e) adequação da sistemática de atendimento e prazos propostos, bem como a operacionalidade do

relacionamento entre a ALESC e a licitante;

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

7.2.2. Repertório:

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

7.2.3. 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.

7.3. A nota da proposta técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos, com os seguintes pesos para cada quesito:

7.3.1. Plano de comunicação publicitária – peso 70 (setenta), sendo:

- a) Raciocínio Básico – peso 15 (quinze);
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária – peso 22 (vinte e dois);
- c) Ideia Criativa – peso 23 (vinte e três);
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia – peso 10 (dez).

7.3.2. Conjunto de informações referentes ao proponente – peso 30 (trinta), sendo:

- a) Capacidade de Atendimento – peso 12 (doze);
- b) Repertório – peso 9 (nove);
- c) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – peso 9 (nove).

7.4. Serão desclassificadas as propostas que:

- a) Descumprirem qualquer disposição do Edital;
- b) Não alcançarem, no total, a nota mínima de 60 (sessenta) pontos;
- c) Obtiverem nota 0 (zero) em qualquer dos quesitos.

8. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS E DA CLASSIFICAÇÃO FINAL

8.1. A proposta de preços deverá indicar os percentuais de desconto sobre os custos internos e sobre os honorários referentes aos custos de serviços realizados por terceiros.

8.2. A nota da proposta de preços está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos, e resultará da soma das seguintes pontuações parciais:

8.2.1. Percentual de desconto sobre os custos internos, baseados na tabela de preços vigente do SINAPRO/SC (subitem 15.1.1):

- a) Desconto de 0% = 0 pontos
- b) Desconto de 10% = 25 pontos
- c) Desconto de 15% = 37 pontos
- d) Desconto de 20% = 50 pontos

8.2.2. Percentual de desconto sobre honorários referentes aos custos de serviços realizados por terceiros e sobre honorários especiais (subitens 15.1.2 e 15.1.3):

- a) Desconto de 0% = 0 pontos
- b) Desconto de 3% = 15 pontos
- c) Desconto de 5% = 25 pontos

d) Desconto de 10% = 50 pontos

- 8.3. Os descontos oferecidos pelas licitantes não poderão ter percentuais diferentes daqueles que constam nos subitens 8.2.1 e 8.2.2.
- 8.4. Deverão ser desclassificadas as licitantes que não atingirem pontuação mínima de 50 (cinquenta) pontos na proposta de preços.
- 8.5. As notas das propostas técnicas terão peso 7 (sete) e as notas das propostas de preços terão peso 3 (três), sendo classificadas as licitantes segundo a ordem decrescente da nota média ponderada, obtida com a aplicação da seguinte fórmula:

$$NMP = [7 \times (NPT) + 3 \times (NPP)] / 10$$

Sendo:

NMP = Nota média ponderada final

NPT = Nota da proposta técnica

NPP = Nota da proposta de preços

- 8.6. Em caso de empate, serão consideradas mais bem classificadas as licitantes que tiverem obtido a maior pontuação em cada um dos quesitos da Proposta Técnica segundo a ordem abaixo:
- a) Raciocínio Básico;
 - b) Estratégia de Comunicação Publicitária;
 - c) Ideia Criativa;
 - d) Estratégia de Mídia e Não Mídia;
 - e) Capacidade de Atendimento;
 - f) Repertório;
 - g) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

- 8.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão, ou em ato público marcado e conduzido pela Comissão Permanente de Licitações.

9. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

- 9.1. Certificado de qualificação técnica emitido pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão – CENP (art. 4º da Lei nº 12.232/10);

- 9.2. A fim de certificar que a licitante possui capacidade técnica para desempenhar o volume de serviços que a Alesc pretende solicitar, a agência deverá comprovar que prestou, num período de 12 (doze) meses, serviços que correspondam a um investimento mínimo de R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais) por parte do anunciante.

9.2.1. A comprovação do montante mínimo de investimentos referida no item anterior se dará por meio atestado(s) de capacidade técnica fornecido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste(m) que a agência prestou ou vem prestando, a contento, serviços da mesma natureza dos que figuram como objeto desta licitação, e declare(m) o valor investido pelo anunciante num período de 12 meses.

9.2.2. O(s) atestado(s) deve(m) permitir a obtenção das seguintes informações:

- a) indicação do CNPJ, razão social e endereço completo da pessoa jurídica emissora do atestado;
- b) informação do local e da data de expedição do atestado;
- c) descrição da data de início e de término da prestação dos serviços referenciados no documento;
- d) declaração do valor investido pela declarante em um período de 12 (doze) meses e descrição da data de início e de término desse período referenciado;
- e) dados da agência a que se refere(m) o(s) atestado(s).

- 9.2.3. Para a comprovação do investimento exigido será admitido o somatório de atestados, desde que

possibilitem atestar que a soma dos investimentos se deu dentro de um mesmo período de 12 (doze) meses;

9.3. Declaração expressa de que possui condições operacionais de funcionamento, dispondo de estrutura técnico-administrativa capaz de garantir a prestação dos serviços licitados, incluindo escritório na região da Grande Florianópolis, ou, não tendo, compromisso formal de montá-lo dentro do prazo máximo de 30 (trinta) dias após a assinatura do contrato (art. 30, inciso II da Lei nº 8.666/93);

10. PRAZO DE VIGÊNCIA

As agências que vierem a ser contratadas na presente licitação prestarão serviços de forma continuada, e os contratos terão vigência de até 12 (doze) meses, podendo ser prorrogados por até 60 (sessenta) meses, na forma da Lei.

11. VALOR MÁXIMO DA CONTRATAÇÃO

Considerando as necessidades de comunicação da Alesc, bem como a realidade do mercado de comunicação, estima-se em R\$ 24.000.000,00 (vinte e quatro milhões de reais) o valor máximo a ser investido. Chegou-se a esse valor através do planejamento anual abaixo descrito:

- a) Produção e veiculação de três campanhas anuais: R\$ 6 milhões por campanha, em média. Total de R\$ 18 milhões.
- b) Compra de espaços para divulgação das atividades da Alesc em feiras e eventos: R\$ 2 milhões.
- c) Criação e produção de impressos de divulgação e projetos de identidade visual: R\$ 1 milhão.
- d) Produção e veiculação de campanhas ou divulgações pontuais: R\$ 3 milhões.

12. FISCALIZAÇÃO

12.1. A fiscalização dos contratos ficará a cargo do titular da Gerência de Publicidade, a quem caberá anotar em documento próprio as ocorrências, determinar a correção de faltas ou defeitos e solicitar à autoridade superior as providências que ultrapassem o seu nível de competência.

12.2. A fiscalização pela ALESC não exime as Contratadas da fiel execução do contrato, na forma da lei.

13. OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

13.1. Cumprir, dentro dos limites legais, os compromissos financeiros ajustados com as Contratadas.

13.2. Autorizar expressamente os serviços que estejam em conformidade com o solicitado, bem como emitir orientação acerca da sua execução, ressalvadas solicitações verbais determinadas pela urgência, as quais deverão ser confirmadas por escrito no prazo de três dias úteis.

13.3. Propiciar às Contratadas todas as informações necessárias para a execução dos serviços solicitados.

13.4. Notificar formalmente as Contratadas acerca de quaisquer irregularidades constatadas na execução do Contrato, assim como da incidência de multas, penalidades ou quaisquer débitos de sua responsabilidade.

14. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

14.1. Operar segundo o mercado oferecendo serviços de qualidade superior;

14.2. Centralizar o comando da publicidade do CONTRATANTE em município da Grande Florianópolis, onde, para esse fim, manterá sede, filial, sucursal ou escritório.

14.2.1. Se necessário, a CONTRATADA poderá eventualmente utilizar seus estabelecimentos em outros locais para executar parte dos serviços objeto deste Termo de Referência, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

14.2.2. A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, que possui, em município da Grande Florianópolis, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao CONTRATANTE.

14.3. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto do contrato, os profissionais relacionados na Proposta Técnica apresentada na licitação para fins de comprovação da capacidade de atendimento, sendo admitida sua

substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comprovação e comunicação formal ao CONTRATANTE.

14.4. Designar funcionário responsável pelo atendimento à ALESC, o qual deverá acompanhar todas as etapas do processo e responder a todas as demandas do CONTRATANTE.

14.5. Realizar com seus próprios meios ou através da contratação de terceiros todos os serviços relativos ao objeto deste Contrato, com estrita observância das especificações estabelecidas pela ALESC e do disposto no artigo 14 da Lei Federal Nº 12.232/2010.

14.6. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao CONTRATANTE:

14.6.1. Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

14.6.2. Só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados pelo CONTRATANTE, aptos a fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste Termo de Referência;

14.6.3. Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados junto ao CONTRATANTE que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

14.6.4. Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total, o prazo de entrega e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

14.6.5. A cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

14.6.6. Juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF, além dos seguintes documentos comprobatórios de sua regularidade fiscal e trabalhista:

a) Certidão Negativa de Débitos Relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União;

b) certidão negativa de débito estadual do domicílio ou sede do fornecedor;

c) caso o fornecedor seja de outro Estado da Federação, deverá apresentar, também, a regularidade para com a Fazenda do Estado de Santa Catarina, nos termos dos Decretos estaduais nºs 3.650/93 e 3.884/93;

d) certidão negativa de débito para com a Fazenda Municipal emitida pelo órgão municipal da sede/filial do fornecedor;

e) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas emitida pela Justiça do Trabalho;

f) Certificado de Regularidade relativo ao FGTS (CRF) expedido pela Caixa Econômica Federal.

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

14.6.8. Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do Gestor do contrato.

14.6.9. Se e quando julgar conveniente, o CONTRATANTE poderá:

a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato;

b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

14.6.10. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas no contrato para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

14.7. Submeter a contratação de fornecedores para a execução de serviços especializados à prévia e expressa anuência do CONTRATANTE.

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

- a) um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;
- b) dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

14.8. Orientar a execução e supervisionar os trabalhos realizados por terceiros, inclusive as veiculações.

14.9. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir ao CONTRATANTE as vantagens obtidas, observado o disposto no art. 15, parágrafo único, da Lei n.º 12.232/2010.

14.9.1. Pertencem ao CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de tempos e/ou espaços publicitários diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de comunicação e divulgação.

14.9.2. O disposto no subitem 14.9.1 não abrange os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

14.10. Negociar sempre as melhores condições de preço, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do CONTRATANTE.

14.11. Conduzir-se na orientação da escolha dos veículos de divulgação de acordo com pesquisas e dados técnicos.

14.12. Submeter à aprovação do CONTRATANTE o plano de mídia de cada campanha ou ação, discriminando detalhadamente os veículos, praças, inserções, valores unitários e totais, além de outras informações pertinentes, juntamente com a defesa técnica que justifique a distribuição de mídia adotada.

14.13. Apresentar ao CONTRATANTE, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, além da(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

14.14. Como alternativa ao item 14.13, apresentar ao CONTRATANTE a cada 6 (seis) meses estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, além da(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

14.14.1. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no item 14.14, o CONTRATANTE poderá solicitar novo estudo à CONTRATADA antes de decorrido o prazo de validade de 6 (seis) meses.

14.15. Obter autorização prévia do CONTRATANTE, por escrito, para realizar serviços ou despesas com serviços especializados, produção, veiculação ou qualquer outra relacionada com este contrato.

14.16. Apenas reservar ou comprar espaço publicitário de veículo se tiver sido prévia e expressamente autorizada pelo CONTRATANTE.

14.16.1. A autorização a que se refere o subitem precedente, não exime a CONTRATADA de sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de comunicação e divulgação nos planejamentos de mídia que apresentará para as ações publicitárias que serão executadas durante a vigência do contrato.

14.17. A fim de obter autorização prévia do CONTRATANTE para a compra de tempos e/ou espaços publicitários junto aos veículos e meios de divulgação, a CONTRATADA deverá apresentar os seguintes documentos:

14.17.1. Tabela de preços oficial do veículo;

14.17.2. Documentação comprobatória da regularidade fiscal e trabalhista do veículo, consistindo em:

- a) Certidão Negativa de Débitos Relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União;
- b) certidão negativa de débito estadual do domicílio ou sede do fornecedor;
- c) caso o veículo seja de outro Estado da Federação, deverá apresentar, também, a regularidade para com a Fazenda do Estado de Santa Catarina, nos termos dos Decretos estaduais nºs 3.650/93 e 3.884/93;
- d) certidão negativa de débito para com a Fazenda Municipal emitida pelo órgão municipal da sede/filial do fornecedor;
- e) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas emitida pela Justiça do Trabalho;
- f) Certificado de Regularidade relativo ao FGTS (CRF) expedido pela Caixa Econômica Federal.

14.17.3. Pedido de Inserção (PI) ou documento equivalente, discriminando todos os dados referentes ao veículo, período de veiculação, número de inserções, custo unitário e total, e demais informações pertinentes, em conformidade com os dados apresentados nos documentos exigidos nos subitens 14.17.1 e 14.17.2 e com o Plano de Mídia aprovado pelo CONTRATANTE.

14.17.4. A critério do CONTRATANTE, os documentos de comprovação da regularidade fiscal e trabalhista arrolados nas alíneas do subitem 14.17.2 poderão ser dispensados, sendo substituídos por relatório consolidado obtido pelo CONTRATANTE no cadastro de veículos mantido pela Secretaria Executiva de Comunicação do Governo do Estado de Santa Catarina.

14.18. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao CONTRATANTE para pagamento deverão estar em estrita conformidade com a documentação apresentada para autorização de veiculação, referida no item 14.17 e seus subitens, e deverão ser acompanhados de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível (art. 15 da Lei 12.232/10), além de observar as condições estabelecidas na Cláusula 16 deste Termo de Referência.

14.18.1. Cabe à CONTRATADA arcar com os custos dos relatórios de checagem de veiculação emitidos por empresa independente.

14.18.2. Se e quando julgar conveniente, o CONTRATANTE poderá contratar diretamente empresa de checagem de veiculação, caso em que, a seu critério, poderá:

14.18.2.1. obter os relatórios de checagem diretamente, dispensando a CONTRATADA de fornecê-los; ou

14.18.2.2. autorizar a empresa de checagem contratada diretamente a fornecer os relatórios à agência CONTRATADA, que deverá apresentá-los nos termos do item 14.18.

14.19. Encaminhar ao CONTRATANTE, sempre que solicitado e sem ônus para este, as peças produzidas, em arquivo digital.

14.20. Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e materiais produzidos.

14.21. Entregar ao CONTRATANTE, sempre que solicitado, relatórios de despesas de produção e veiculação de qualquer período compreendido na vigência do contrato.

14.22. Adotar imediatas providências em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

14.23. Corrigir ou substituir às suas expensas, no total ou em parte, os serviços realizados em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções de execução, mesmo se a peça já estiver sendo veiculada.

14.24. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste Termo de Referência, que envolvam o nome do CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

14.25. Prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que

envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

- 14.26. Não prestar serviços a clientes que tenham algum tipo de conflito de interesse com o CONTRATANTE, devendo, em caso de dúvida nesse sentido, solicitar manifestação expressa a respeito.
- 14.27. Não caucionar ou utilizar o contrato decorrente desta licitação como garantia para qualquer operação financeira.
- 14.28. Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.
- 14.29. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.
- 14.30. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados e que lhe estiverem afetos.
- 14.31. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto desta licitação, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado, no tocante aos serviços cuja execução estiver a ela afeta.
- 14.32. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados e que lhe estiverem afetos.
- 14.33. Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 14.34. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e o próprio CONTRATANTE.
- 14.35. Manter, por si, por seus prepostos e empregados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE.
- 14.36. Responder perante o CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na distribuição de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste Termo de Referência, cuja execução for de sua responsabilidade.
- 14.37. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o CONTRATANTE.
- 14.38. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do contrato.
- 14.38.1. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços por ela prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar o CONTRATANTE e de mantê-lo a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará ao CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.
- 14.39. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de imagem ou direitos autorais, bem como na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, que seja relacionada com os serviços objeto deste Termo de Referência.

14.40. Observar e cumprir rigorosamente todas as regras e normas estabelecidas na Lei nº 12.232/2010, sob pena de rescisão contratual.

15. REMUNERAÇÃO DA AGÊNCIA

15.1. Na execução dos serviços contratados a agência será assim remunerada, em conformidade com os descontos que serão informados na Proposta de Preços:

15.1.1. Serviços internos (aqueles executados pela própria agência), serão pagos pela ALESC com base na Tabela Referencial de Preços vigente do SINAPRO/SC, aplicando-se o percentual de desconto oferecido pela CONTRATADA em sua proposta de preços.

15.1.2. Honorários de 13,50% (treze inteiros e cinquenta centésimos por cento) a 14,55% (quatorze inteiros e cinquenta e cinco centésimos por cento), conforme proposta de preços apresentada pela CONTRATADA, incidentes sobre os preços de suprimentos externos e serviços especializados prestados por fornecedores.

15.1.3. Honorários especiais de 9% (nove por cento) a 9,7% (nove inteiros e sete décimos por cento), conforme proposta de preços apresentada pela CONTRATADA, incidentes sobre os preços de suprimentos externos e serviços especializados prestados por fornecedores, quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.

15.1.4. Desconto padrão de agência não inferior a 20% (vinte por cento) sobre o valor dos negócios encaminhados ao veículo, deduzido o percentual de desconto previsto no Anexo B – “Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios” das Normas-Padrão do CENP.

15.1.4.1. Tendo em vista que os serviços a serem contratados serão prestados sob demanda, será considerado, para fins da definição do percentual de desconto previsto no Anexo B das Normas-Padrão do CENP a que se refere o subitem anterior, o valor efetivamente faturado, de forma a que o enquadramento em cada faixa de desconto ocorra gradualmente ao longo da execução contratual.

16. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

16.1. O pagamento será efetuado após conferência e aceite por parte do fiscal do contrato, atestando a devida prestação dos serviços autorizados.

16.2. A CONTRATADA deve apresentar ao CONTRATANTE, juntamente com a nota fiscal, a documentação comprobatória da prestação do serviço e a da regularidade fiscal e trabalhista do prestador, seja este a própria agência, um fornecedor de bens ou serviços especializados, ou um veículo de comunicação.

16.2.1. No caso das veiculações, a comprovação da prestação do serviço se dará com a apresentação de relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente, sempre que possível, consoante o estudo apresentado pela CONTRATADA referido nos itens 14.13 e 14.14.

16.2.2. Nos casos em que seja impossível apresentar relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar outros comprovantes hábeis, nos formatos que lhe serão informados por escrito pelo CONTRATANTE.

16.3. As Notas Fiscais emitidas por FORNECEDORES e VEÍCULOS deverão sê-lo contra o CONTRATANTE, aos cuidados da CONTRATADA.

16.4. O pagamento do desconto-padrão devido à agência pela concepção, execução e distribuição de publicidade aos veículos apenas será realizado após a devida comprovação da veiculação a que se refere.

16.5. Os detalhes sobre as informações que devem constar da documentação exigida para fins de pagamento serão informados à CONTRATADA, por escrito, pelo CONTRATANTE.

17. SANÇÕES

17.1. Pela inexecução total ou parcial do contrato o CONTRATANTE poderá, garantida a prévia defesa, aplicar à CONTRATADA as seguintes sanções, em conformidade com o art. 87 da Lei n.º 8.666/93 e seus parágrafos:

17.1.1. Advertência - no descumprimento de quaisquer obrigações previstas no edital e seus anexos que não configurem hipóteses de aplicação de sanções mais graves, sem prejuízo das multas e outras sanções eventualmente cabíveis e demais casos previstos em lei.

17.1.2. Multa de:

17.1.2.1. 5% (cinco por cento) sobre o valor total estimado da contratação, em caso de recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato dentro do prazo estabelecido pelo CONTRATANTE, recusa na conclusão do serviço, ou rescisão do contrato, calculado sobre a parte inadimplente.

17.1.2.2. 1% (um por cento) por dia, limitado a 20%, sobre o valor da obrigação não cumprida, nos casos de:

- a) atraso injustificado para a entrega de materiais ou execução de serviços;
- b) suspensão ou interrupção dos serviços contratuais, salvo motivo de força maior ou caso fortuito; e
- c) inexecução parcial da obrigação assumida, que enseje rescisão contratual.

17.1.2.3. 0,1% (um décimo por cento) sobre o valor total estimado da contratação, nos casos de a CONTRATADA:

- a) recusar-se a executar determinação formal ou instrução complementar apresentadas pela fiscalização, aplicada por serviço e por dia; e
- b) não cumprir quaisquer dos itens do Contrato e anexos não-previstos nesta relação de multas, após reincidência formalmente notificada pelo órgão fiscalizador, aplicada por ocorrência e por dia.

17.1.3. O atraso injustificado superior a 20 (vinte) dias na entrega de material ou execução de serviço caracterizará inexecução total deste contrato.

17.1.4. Suspensão, por até 2 (dois) anos, de participação em Licitações do Estado de Santa Catarina, no caso de inexecução parcial ou total do contrato, sendo aplicada segundo a gravidade e a inexecução decorrer de violação culposa da CONTRATADA.

17.1.5. Declaração de inidoneidade para participar de licitações ou contratar com a Administração quando a inexecução decorrer de violação dolosa da CONTRATADA, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a sua reabilitação, na forma da lei.

Lúcia Helena Vieira
Diretora de Comunicação Social
Florianópolis, datado e assinado eletronicamente.

ANEXO II

CONCORRÊNCIA Nº 001/2022

BRIEFING

1. Situação geral

Ao Poder Legislativo, um dos três Poderes do Estado, compete fazer as leis, debater e votar os projetos encaminhados pelos outros Poderes e Órgãos da Administração e fiscalizar o Poder Executivo. No âmbito do estado de Santa Catarina, é constituído por 40 deputados estaduais reunidos na Assembleia Legislativa.

Possibilitando a representação das mais diversas forças políticas existentes no estado, a Assembleia Legislativa destaca-se por promover o livre debate, em consonância com os valores democráticos que a balizam. Por meio dessa pluralidade, a Assembleia capta os anseios da sociedade e os traduz em leis, com o fim de promover o bem comum.

As atribuições da Assembleia Legislativa estão determinadas na Constituição do Estado de Santa Catarina de 1989, e podem ser resumidas nas funções de legislar sobre as matérias de competência do estado e de fiscalizar as ações do Poder Executivo.

É amplamente sabido que o Poder Legislativo, de modo geral e em todo o país, vem sofrendo um desgaste da sua imagem, o que afeta a sua credibilidade e põe em dúvida a sua importância para a democracia, a cidadania, para a sociedade e para as pessoas em última instância. Ainda que nem sempre dirigidas ao Legislativo Estadual, as críticas aos detentores de cargos públicos em nível nacional acabam refletindo na Assembleia. A fim de combater esse desgaste, a ALESC emprega, de forma integrada, todas as ferramentas de comunicação social para difundir informação, de modo a contribuir para que os cidadãos de todo o estado possam compreender melhor a importância do Legislativo para a sustentação da democracia.

Ao ter contato com as informações a respeito da Assembleia, o cidadão percebe o trabalho intenso realizado pelos deputados diariamente, seja na sede do Legislativo, seja em suas bases em todo o estado. Além disso, a quantidade de debates e discussões sobre temas relevantes para a vida dos catarinenses, a intensa agenda de sessões, reuniões e audiências, e a ampla representatividade são pontos fortes da Casa Legislativa que acabam chegando ao conhecimento da população por meio da atuação da sua estrutura de comunicação.

2. Tema da campanha simulada

A Assembleia Legislativa emprega, além dos instrumentos de comunicação social, outras ferramentas de aproximação com a sociedade. Uma delas é o Programa Parlamento Jovem Catarinense, instituído em 2005 pela Resolução nº 003/2005, o qual possibilita a estudantes de ensino médio de escolas públicas e privadas de todo o estado a vivência do processo democrático mediante participação em jornada parlamentar na Assembleia Legislativa, com diplomação e exercício do mandato.

Desenvolvido pela Escola do Legislativo Deputado Lício Mauro da Silveira, a qual tem como objetivos a formação técnica dos servidores das casas legislativas e a aproximação do Parlamento Estadual com a sociedade catarinense, o Programa Parlamento Jovem Catarinense é realizado duas vezes ao ano e chega, em 2022, à sua 30ª edição. Ao longo de sua história, mais de 1200 participantes tiveram a oportunidade de conhecer a sede do Parlamento Estadual e de atuar como deputados jovens, e 43 projetos de lei elaborados pelos estudantes foram protocolados e aprovados pelos deputados estaduais, tornando-se leis estaduais.

As escolas participantes em cada edição são sorteadas pelos deputados estaduais em Sessão Ordinária, sendo uma escola para cada uma das oito regiões estabelecidas: Região Sul; Região da Grande Florianópolis; Região Oeste; Região Meio Oeste; Região Serrana; Região do Planalto Norte; Região do Vale do Itajaí e Região Nordeste.

Cada instituição sorteada recebe palestras e formações oferecidas pela Escola do Legislativo, realiza estudos e debates, elege cinco estudantes que a representarão como deputados jovens e elaboram proposições legislativas relacionadas a um tema escolhido, além de outras atividades desenvolvidas na própria escola.

Em seguida, durante o período da legislatura, que dura uma semana e ocorre na sede da Assembleia Legislativa, em Florianópolis, os 40 deputados jovens participam de palestras, reuniões de comissão e de uma sessão plenária, onde discutem e votam proposições. Vivenciam, assim, o dia-a-dia dos parlamentares catarinenses no desempenho de suas funções.

O Programa possibilita, desta forma, que os estudantes aprendam sobre política, democracia e cidadania, vivenciando na prática o processo legislativo. Resulta daí que os estudantes se aproximam do Parlamento e da política como um

todo, desmistificando algumas ideias e preconceitos que se sustentam na falta de informação. Além disso, não apenas os participantes do Programa, mas também seus familiares e amigos acabam tendo aguçado seu interesse por política e cidadania, e passam a dar mais valor ao trabalho exercido pela Assembleia Legislativa.

3. Desafio de comunicação

O desafio de fundo imposto à comunicação da ALESC é a superação dos preconceitos oriundos da falta de informação e do sentimento geral de insatisfação com a política, de modo a melhorar a imagem da Assembleia junto à população.

É esse também o desafio que se pretende superar por meio da campanha proposta, mostrando que a ALESC se coloca aberta à participação dos cidadãos em suas atividades, e atraindo-os para conhecer mais a respeito do Parlamento Catarinense.

4. Objetivos de comunicação

O principal objetivo da comunicação da Assembleia Legislativa de Santa Catarina é aproximá-la da população, para que a sociedade conheça cada vez melhor a atuação do Legislativo, de que forma suas ações afetam a vida de todos e perceba a dimensão de sua importância como pilar da democracia. Essa aproximação, efetuada pela via do conhecimento e da informação, visa a desmistificar os preconceitos difundidos a respeito da atividade política, reforçando o posicionamento da Assembleia como instituição democrática e acessível, permanentemente a serviço da sociedade.

Com a campanha proposta pretende-se:

- a) Atrair a atenção dos estudantes e de seus familiares para o Programa Parlamento Jovem Catarinense, despertando seu interesse não apenas pelo Programa em si, mas também pelo Legislativo Catarinense e pela política em geral.
- b) Mostrar ao público em geral o caráter democrático e acessível da Assembleia, sensibilizando-o para que acompanhe mais de perto e participe da rotina legislativa.

5. Público-alvo

O público-alvo prioritário da campanha simulada são os jovens que cursam o ensino médio, com idade de até 21 anos, mas a campanha deve atingir também as suas famílias e o público em geral.

6. Praças, mídias e duração

A campanha deverá ser veiculada em todo o estado, em televisão, rádio, jornal impresso e sites de internet, durante um período de 30 a 45 dias.

7. Verba referencial para investimento

A verba de referência para investimento na campanha é de R\$ 6 milhões (seis milhões de reais), compreendendo todos os custos envolvidos, desde a criação, a produção e os serviços de terceiros, até a veiculação.

8. Recursos próprios de comunicação

A Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina dispõe de veículos próprios de comunicação com capacidade para reforçar ou complementar as ações publicitárias, a saber:

- TVAL, canal de televisão da ALESC, presente em mais de 70 municípios espalhados pelo estado, sendo com sinal aberto de TV digital na região da Grande Florianópolis e no município de Blumenau, além de transmissão ao vivo da programação pelo YouTube.
- Rádio AL Digital, que além do canal de rádio online, é também uma agência de notícias em áudio, que são distribuídas para rádios de todo o estado e disponibilizadas no site da ALESC.
- Agência AL, agência de notícias e fotos que cobre tudo o que ocorre no Legislativo Catarinense, com intensa produção e distribuição de matérias para veículos de todo o estado.
- Perfis nas principais redes sociais, com produção de conteúdos e notícias sobre a ALESC, e distribuição de notícias para listas de contatos cadastrados via Whatsapp.

9. Esforços anteriores de comunicação

Ainda não foi realizada nenhuma campanha publicitária a respeito do Parlamento Jovem. A divulgação das atividades do Programa sempre foi feita por meio de cobertura jornalística pelos canais de comunicação vinculados à Diretoria de Comunicação Social.

Com o objetivo de possibilitar o acesso e o conhecimento de campanhas recentes da ALESC, encontram-se disponíveis no endereço <http://file.alesc.sc.gov.br/documentos/Campanhas/> as peças das campanhas mais relevantes.

ANEXO III

CONCORRÊNCIA Nº 001/2022

PROPOSTA DE PREÇOS

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

a) Percentual de desconto a ser concedido à **ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SANTA CATARINA** sobre os **custos internos**, baseado na tabela (vigente) de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina, conforme alínea “a”, item 9.1 do Edital: ____% (_____ por cento);

b) Percentual de desconto sobre **honorários** (incidentes sobre os preços de suprimentos externos e serviços especializados prestados por fornecedores) e **honorários especiais** (incidentes sobre os preços de suprimentos externos e serviços especializados prestados por fornecedores, quando a responsabilidade da Agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento), conforme alíneas “b” e “c” do item 9.1 do Edital: ____% (_____ por cento);

Declaramos que concordamos com os percentuais legais sobre a remuneração das agências no tocante ao especificado nas alíneas “a” “b” “c” e “d” do item 9.1;

Declaramos que concordamos, expressamente, que os preços não previstos na Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/SC serão pagos conforme estabelecido no subitem 9.3 deste Edital;

Declaramos que nos comprometemos a transferir para a ALESC toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e fornecedores, ressalvados os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos às agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010;

Declaramos que nos comprometemos a estabelecer negociação dos preços com vistas à obtenção de vantagem máxima a ser transferida para a ALESC.

Informamos, ainda, que a nossa proposta tem validade de 180 (cento e oitenta) dias, contados a partir da data da entrega dos envelopes, excluídos os prazos de recursos eventualmente apresentados.

_____ XX de XXX de 2022

Assinatura do Responsável
Nome, cargo ou e função

ANEXO IV

CONCORRÊNCIA Nº 001/2022

**(MODELO DE DECLARAÇÃO A SER APRESENTADA
FORA DOS DEMAIS ENVELOPES DE PROPOSTA E HABILITAÇÃO)**

TERMO DE CREDENCIAMENTO

Por este instrumento solicitamos o credenciamento de _____ para participar da licitação acima referenciada, neste evento representada por (nome) _____, (identidade) _____, (CPF) _____, na qualidade de REPRESENTANTE LEGAL da empresa, outorgando-lhe poderes para pronunciar-se em nome da outorgante, declarar a intenção de interposição de recurso, renunciar ao direito de interpor recursos e praticar todos os demais atos inerentes ao certame.

_____ XX de dezembro de 2022

Assinatura do Responsável
Carimbo da Empresa

OBS.: Documentos a serem apresentados:

- (1) Em caso de firma individual, o registro comercial;
- (2) Nos demais casos, o ato constitutivo (estatuto ou Contrato social em vigor);
- (3) Em se tratando de pessoa física, a apresentação da cédula de identidade.

ANEXO V

**CONCORRÊNCIA Nº 001/2022
(MODELO DE DECLARAÇÃO)**

DECLARAÇÃO QUE ATENDE O INCISO V DO ART. 27 DA LEI Nº 8.666/93

_____ (nome da empresa), com sede na _____ (endereço da empresa), CNPJ _____, por seu representante legal infra-assinado, em atenção ao inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666/93, acrescido pela Lei nº 9.854/99, declara, sob as penas da lei, que cumpre integralmente a norma contida no art. 7º, inc. XXXIII, da Constituição da República, ou seja, de que não possui em seu quadro de pessoal empregado(s) menor(es) de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e de 16 anos em qualquer trabalho exceto aprendiz, a partir de 14 anos.

_____ de dezembro de 2022

Assinatura do Responsável
Carimbo da Empresa.

ANEXO VI

CONCORRÊNCIA CONCORRÊNICA TIPO TÉCNICA E PREÇO Nº 001/2022

(MODELO DE DECLARAÇÃO)

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO IMPEDITIVO DE HABILITAÇÃO

_____ (nome da empresa), CNPJ nº _____, sediada na _____ (endereço completo), declara, sob as penas da Lei, que até a presente data inexistente fato impeditivo de sua habilitação no presente certame licitatório acima destacado, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

_____ de dezembro de 2022

Assinatura do Responsável
Carimbo da Empresa.

ANEXO VII

(MINUTA DO CONTRATO)

Contrato nº xx/2022

Contrato de prestação de serviços de publicidade, propaganda que celebram entre si a Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina e a agência, mediante cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA PREÂMBULO

1.1 — CONTRATANTE: *Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina* com sede na Rua Doutor Jorge da Luz Fontes nº 310, Centro, Florianópolis, SC, CEP 88020-900, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 83.599.191/0001-87, correio eletrônico licitacoes@alesc.sc.gov.br, telefone (48) 3221-2766 e 3221-2772, neste ato, representada pelo Diretor-Geral *André Luiz Bernardi* e pela Diretora de Comunicação Social *Lúcia Helena Vieira*.

1.2 — CONTRATADA: Agência, estabelecida, inscrita no CNPJ sob o nº, neste ato, representada por seu, inscrito no CPF nº

1.3 — FUNDAMENTO LEGAL: Este Contrato, regido pela Lei nº 12.232/10 e, de forma complementar, nos termos das Leis nº 8.666/93 e 4.680/65, origina-se do Edital de Licitação na modalidade de Concorrência nº XXX, parte integrante deste instrumento, assim como todas as cláusulas e condições contidas nas peças que o compõe.

CLÁUSULA SEGUNDA DA LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

2.1 — O presente Contrato é regido pela Lei nº 12.232/2010, no disposto na Lei Federal nº 8.666/93 e alterações posteriores, pela Lei Federal nº 4.680/65 e, no que couber, pelas atuais Normas-Padrão da Atividade Publicitária emanadas do CENP, pelo Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e pelas disposições constantes do Edital de Concorrência nº XXX/22.

2.2 — Integram o presente Contrato, independentemente de sua inscrição, termos e condições, o Edital da Concorrência nº XXX/22 e seus anexos, bem como as propostas da Contratada com suas especificações e demais elementos e acréscimos, obrigando-se as partes nos seus exatos termos.

CLÁUSULA TERCEIRA DO OBJETO

3.1 — Constitui o objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade e propaganda para a Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina.

3.2 — Os serviços de publicidade e propaganda, objeto do presente contrato, compreendem o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias ou informar o público em geral. Incluem-se ainda, como atividades complementares, os seguintes serviços especializados:

3.2.1 — Planejamento e execução de pesquisas, monitoramentos e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento relativos à execução dos contratos.

3.2.1.1 — As pesquisas e as avaliações previstas no item 3.2.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação da ALESC, o público-alvo e os veículos de comunicação e de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação das mensagens; e
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias.

3.2.1.2 — É vedada qualquer aplicação das pesquisas e avaliações para fins eleitorais ou inclusão de matéria estranha ou sem pertinência com a ação publicitária e de comunicação ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

3.2.2 — Produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados.

3.2.3 — 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.

3.2.4 — Execução de serviços de promoção inerentes à atividade publicitária.

3.2.5 — Execução de serviços publicitários gráficos compreendendo conteúdo, criação e impressão para divulgação institucional ou de serviços do Poder Legislativo.

3.3 — Exclui-se do objeto deste contrato a publicidade oficial, assim entendida a publicação de atos oficiais, de natureza administrativa ou legal, tais como leis, atos normativos, atos de pessoal, publicidade de licitações e contratos etc.

CLÁUSULA QUARTA DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

4.1 — As despesas pertinentes ao objeto do presente Edital correrão à conta da AÇÃO 1124 (Divulgação Institucional das Ações do Legislativo Catarinense). Elemento: 3.3.90.39.00 (Outros Serviços de Terceiros). Subelemento: 3.3.90.39.88 (Serviços de Publicidade e Propaganda), todos do orçamento da ALESC.

CLÁUSULA QUINTA VALOR DO CONTRATO

5.1 — A previsão orçamentária para a execução dos serviços amparados por este contrato é de R\$ 8.000.000,00 (oito milhões) de reais.

5.2 — O valor acima mencionado poderá ser utilizado total ou parcialmente, a critério da CONTRATANTE, não cabendo à contratada indenização de qualquer espécie pelos saldos físico ou financeiro eventualmente não utilizados.

5.3 — A CONTRATADA, através da assinatura do presente instrumento, renuncia, expressamente, ao direito assegurado no § 2º do art. 65 da Lei nº 8.666/93, relativo ao limite de supressão.

CLÁUSULA SEXTA DAS CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

6.1 — A execução do Contrato se processará através de documentos de autorização que especificarão os serviços a serem realizados, bem como a forma e o prazo de entrega.

6.2 — A criação de campanhas será solicitada pelo CONTRATANTE mediante a apresentação de briefing resumindo as necessidades de comunicação a serem atendidas pela CONTRATADA.

6.3 — Para o fornecimento de bens ou serviços especializados, a CONTRATADA deverá adotar as seguintes diretrizes:

6.3.1—Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

6.3.2 — Só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados pelo

CONTRATANTE, aptos a fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

6.3.3 — Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados junto ao CONTRATANTE que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

6.3.4 — Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total, o prazo de entrega e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

6.3.5 — A cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

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

6.3.7 — Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do Gestor do contrato;

6.3.8 — Se e quando julgar conveniente, o CONTRATANTE poderá:

- a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato;
- b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

6.3.9 — É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados junto a empresas em que:

- a) um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;
- b) dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

6.3.10 — Para autorização da contratação deverão ser apresentados ao CONTRATANTE comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF, além dos seguintes documentos comprobatórios de sua regularidade fiscal e trabalhista:

- a) Certidão Negativa de Débitos Relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União;
- b) certidão negativa de débito estadual do domicílio ou sede do fornecedor;
- c) caso o fornecedor seja de outro Estado da Federação, deverá apresentar, também, a regularidade para com a Fazenda do Estado de Santa Catarina, nos termos dos Decretos estaduais nºs 3.650/93 e 3.884/93;
- d) certidão negativa de débito para com a Fazenda Municipal emitida pelo órgão municipal da sede/filial do fornecedor;
- e) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas emitida pela Justiça do Trabalho;
- f) Certificado de Regularidade relativo ao FGTS (CRF) expedido pela Caixa Econômica Federal.

6.3.11 — Submeter a contratação de fornecedores para a execução de serviços especializados à prévia e expressa anuência do CONTRATANTE;

6.3.12 — Informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas no contrato para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos

patrimoniais de autor e conexos;

6.4 — Para a distribuição da publicidade aos veículos, a CONTRATADA deverá adotar as seguintes diretrizes:

6.4.1 — Submeter à aprovação do CONTRATANTE o plano de mídia de cada campanha ou ação, discriminando detalhadamente os veículos, praças, inserções, valores unitários e totais, além de outras informações pertinentes, juntamente com a defesa técnica que justifique a distribuição de mídia adotada.

6.4.2 — Apresentar ao CONTRATANTE, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, além da(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

6.4.3 — Como alternativa ao item 6.4.2, apresentar ao CONTRATANTE a cada 6 (seis) meses estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, além da(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

6.4.3.1 — Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no item 6.4.3, o CONTRATANTE poderá solicitar novo estudo à CONTRATADA antes de decorrido o prazo de validade de 6 (seis) meses.

6.4.4 — Apenas reservar ou comprar espaço publicitário de veículo se tiver sido prévia e expressamente autorizada pelo CONTRATANTE.

6.4.4.1 — A autorização a que se refere o subitem precedente, não exime a CONTRATADA de sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de comunicação e divulgação nos planejamentos de mídia que apresentará para as ações publicitárias que serão executadas durante a vigência do contrato.

6.4.5 — A fim de obter autorização prévia do CONTRATANTE para a compra de tempos e/ou espaços publicitários junto aos veículos e meios de divulgação, a CONTRATADA deverá apresentar os seguintes documentos:

6.4.5.1 — Tabela de preços oficial do veículo;

6.4.5.2 — Documentação comprobatória da regularidade fiscal e trabalhista do veículo, consistindo em:

- a) Certidão Negativa de Débitos Relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União;
- b) certidão negativa de débito estadual do domicílio ou sede do fornecedor;
- c) caso o veículo seja de outro Estado da Federação, deverá apresentar, também, a regularidade para com a Fazenda do Estado de Santa Catarina, nos termos dos Decretos estaduais nºs 3.650/93 e 3.884/93;
- d) certidão negativa de débito para com a Fazenda Municipal emitida pelo órgão municipal da sede/filial do fornecedor;
- e) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas emitida pela Justiça do Trabalho;
- f) Certificado de Regularidade relativo ao FGTS (CRF) expedido pela Caixa Econômica Federal.

6.4.5.3 — Pedido de Inserção (PI) ou documento equivalente, discriminando todos os dados referentes ao veículo, período de veiculação, número de inserções, custo unitário e total, e demais informações pertinentes, em conformidade com os dados apresentados nos documentos exigidos nos subitens 6.4.5.1 e 6.4.5.2 e com o Plano de Mídia aprovado pelo CONTRATANTE.

6.4.5.4 — A critério do CONTRATANTE, os documentos de comprovação da regularidade fiscal e trabalhista arrolados nas alíneas do subitem 6.4.5.2 poderão ser dispensados, sendo substituídos por relatório consolidado obtido pelo CONTRATANTE no cadastro de veículos mantido pela Secretaria Executiva de Comunicação do Governo do Estado de Santa Catarina.

6.5 — O prazo de entrega dos serviços poderá ser prorrogado, mediante requerimento da CONTRATADA, justificando os motivos de atraso, devidamente comprovados e com indicação do número de dias da prorrogação pleiteada, cabendo a CONTRATANTE aceitar ou não o pedido de prorrogação.

CLÁUSULA SÉTIMA DO PAGAMENTO

7.1 — O pagamento será efetuado após conferência e aceite por parte do fiscal do contrato, atestando a devida prestação dos serviços previamente autorizados pelo CONTRATANTE.

7.1.1 — O prazo máximo de pagamento será de 30 (trinta) dias corridos após o aceite por parte do fiscal do contrato.

7.2 — A CONTRATADA deve apresentar ao CONTRATANTE, juntamente com a nota fiscal, a documentação comprobatória da prestação do serviço e a da regularidade fiscal e trabalhista do prestador, seja este a própria agência, um fornecedor de bens ou serviços especializados, ou um veículo de comunicação.

7.3 — As Notas Fiscais emitidas por FORNECEDORES e VEÍCULOS deverão sê-lo contra o CONTRATANTE, aos cuidados da CONTRATADA.

7.4 — Para a liquidação e o pagamento das despesas referentes a veiculações, a CONTRATADA deverá apresentar:

7.4.1 — Nota fiscal do veículo mencionando no campo “descrição” ou “informações adicionais” o valor bruto, o valor do desconto-padrão da agência, a descrição e a data do serviço realizado, o número do Pedido de Inserção, o número da licitação, o número do contrato e os dados bancários para pagamento;

7.4.1.1 — A informação dos dados bancários poderá ser fornecida em documento a parte.

7.4.2 — Documentação comprobatória da regularidade fiscal e trabalhista do veículo, consistindo em:

- a) Certidão Negativa de Débitos Relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União;
- b) certidão negativa de débito estadual do domicílio ou sede do fornecedor;
- c) caso o veículo seja de outro Estado da Federação, deverá apresentar, também, a regularidade para com a Fazenda do Estado de Santa Catarina, nos termos dos Decretos estaduais nºs 3.650/93 e 3.884/93;
- d) certidão negativa de débito para com a Fazenda Municipal emitida pelo órgão municipal da sede/filial do fornecedor;
- e) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas emitida pela Justiça do Trabalho;
- f) Certificado de Regularidade relativo ao FGTS (CRF) expedido pela Caixa Econômica Federal.

7.4.3 — Comprovantes de veiculação nos seguintes formatos:

7.4.3.1 — **Revista:** exemplar original;

7.4.3.2 — **Jornal:** exemplar original ou página original com o anúncio, em que conste as informações sobre período ou data de circulação, nome do jornal e praça;

7.4.3.3 — **Demais meios:** Relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente, sempre que possível, consoante o estudo apresentado pela CONTRATADA referido nos itens 6.4.2 e 6.4.3;

7.4.3.4 — Nos casos em que seja impossível apresentar relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar outros comprovantes hábeis, nos seguintes formatos:

a) **TV, Rádio e Cinema:** documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e

horário da veiculação;

b) **Internet:** relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia e/ou capturas de telas, em número mínimo de 3 (três), em que conste o anúncio veiculado e a data em que a captura foi feita, sendo pelo menos uma delas do primeiro dia de veiculação e uma do último dia de veiculação; além disso, declaração de veiculação emitida, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, formato da peça e período de veiculação.

7.4.3.5 — As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos subitens anteriores serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

7.5 — Para a liquidação e o pagamento das despesas referentes a serviços especializados prestados por fornecedores, a CONTRATADA deverá apresentar:

7.5.1 — Nota Fiscal do fornecedor mencionando a descrição do serviço realizado, o número da autorização emitida pela Agência, o número da licitação, o número do contrato e os dados bancários para pagamento;

7.5.1.1 — A informação dos dados bancários poderá ser fornecida em documento a parte.

7.5.2 — Documentação comprobatória da regularidade fiscal e trabalhista do fornecedor, consistindo em:

- a) Certidão Negativa de Débitos Relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União;
- b) certidão negativa de débito estadual do domicílio ou sede do fornecedor;
- c) caso o veículo seja de outro Estado da Federação, deverá apresentar, também, a regularidade para com a Fazenda do Estado de Santa Catarina, nos termos dos Decretos estaduais nºs 3.650/93 e 3.884/93;
- d) certidão negativa de débito para com a Fazenda Municipal emitida pelo órgão municipal da sede/filial do fornecedor;
- e) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas emitida pela Justiça do Trabalho;
- f) Certificado de Regularidade relativo ao FGTS (CRF) expedido pela Caixa Econômica Federal.

7.5.3 — Comprovantes hábeis de entrega ou de execução do serviço.

7.6 — Para a liquidação e o pagamento das despesas referentes a serviços internos, a intermediação e supervisão da execução externa ou a distribuição de publicidade aos veículos pela CONTRATADA, esta deverá apresentar:

7.6.1 — Nota Fiscal mencionando a descrição do serviço realizado, o número da autorização ou dos Pedidos de Inserção a que a cobrança se refere, o número da licitação e o número do contrato;

7.6.1.1 — As notas fiscais referentes à cobrança do desconto-padrão da agência deverão discriminar os valores cobrados relativos a cada Pedido de Inserção.

7.6.2 — No caso da execução de serviços internos, comprovante do serviço realizado.

7.7 — O pagamento do desconto-padrão devido à agência pela concepção, execução e distribuição de publicidade aos veículos, ou dos honorários sobre suprimentos externos ou serviços especializados apenas será realizado após a devida comprovação da veiculação ou do serviço a que se refere.

7.8 — Falhas de veiculação poderão ser compensadas apenas mediante justificativa e prévia autorização da CONTRATANTE, ou deverão ter os respectivos valores abatidos na Nota Fiscal do veículo.

7.9 — Caso a nota fiscal emitida pela agência, pelo veículo ou pelo fornecedor não esteja de acordo com as exigências deste contrato, do Edital de Concorrência 001/2022, ou das normas fiscais e contábeis em vigor, será devolvida pela CONTRATANTE para sua regularização.

7.10 — A CONTRATADA autoriza que o valor devido ao fornecedor ou ao veículo de comunicação, em decorrência da emissão das notas fiscais respectivas, seja feito por transferência bancária diretamente da CONTRATANTE ao fornecedor ou ao veículo de comunicação, cabendo à CONTRATADA informar à CONTRATANTE os dados bancários para que tal transferência seja efetivada.

7.11 — Quaisquer descontos, bonificações e vantagens especiais resultantes de negociação que venham a ser concedidos pelos veículos de comunicação, prestadores de serviços ou fornecedores, deverão ser integralmente repassados para a CONTRATANTE, ressalvados os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

7.12 — Não serão realizados pagamentos de despesas decorrentes da execução dos serviços objeto do presente Contrato, através de descontos de duplicatas, "factoring" ou quaisquer outras espécies de antecipações de receita.

7.13 — Na hipótese de a CONTRATANTE não cumprir com o pagamento no prazo estabelecido, os valores serão corrigidos monetariamente, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, de acordo com o art. 117 da Constituição Estadual.

7.14 — Sendo constatado que os documentos de cobrança apresentados estão incompletos ou contêm erro, o prazo para pagamento somente será contado a partir da reapresentação dos documentos devidamente corrigidos.

7.15 — As formas de remuneração estabelecidas neste Contrato poderão ser renegociadas, no interesse da CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste ajuste.

7.16 — A CONTRATANTE exigirá, quando aplicável, o desconto correspondente ao imposto dispensado a título de isenção na operação interna, observado o art. 1º, inciso XI, do Anexo II do Regulamento do ICMS.

7.17 — Nos preços a serem praticados no contrato deverão estar incluídas todas as despesas relacionadas, direta ou indiretamente, com o cumprimento dos serviços, tais como salários, direitos autorais, patrimoniais e de uso de imagem e som de voz, alimentação, administração, encargos sociais e trabalhistas, vale-transporte, equipamentos de proteção individual e coletiva, taxas, impostos, contribuições, fretes e outros porventura existentes.

7.18 — Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

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

CLÁUSULA OITAVA

DA REMUNERAÇÃO DA CONTRATADA

8.1 — Na execução dos serviços a CONTRATADA (agência) será remunerada em conformidade com as disposições da Lei Federal nº 4.680 de 18 de junho de 1965 e das demais normas legais vigentes, ficando desde já estabelecido e ajustado o que abaixo segue, bem como, com os descontos informados na Proposta de Preços:

a) Custos internos — Serviços internos (aqueles executados pela própria agência), serão pagos pela ALESC com base na Tabela Referencial de Preços vigente do SINAPRO/SC, aplicando-se o percentual de desconto de **XX,XX% (xxxxxxxxx)**, de acordo com a proposta de preços da Contratada.

a) Honorários — Honorários de **XX,XX% (xxxxxxxxx)**, conforme Proposta de Preços apresentada pela CONTRATADA, incidentes sobre os preços de suprimentos externos e serviços especializados prestados por fornecedores.

b) Honorários especiais - Honorários especiais de **XX,XX% (xxxxxxxxx)**, conforme Proposta de Preços apresentada pela CONTRATADA, incidentes sobre os preços de suprimentos externos e serviços especializados prestados por fornecedores, quando a responsabilidade da Agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do

serviço ou suprimento.

c) Veiculação – Desconto padrão de agência não inferior a 20% (vinte por cento) sobre o valor dos negócios encaminhados ao veículo, deduzido o percentual de desconto previsto no Anexo B – “Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios” das Normas-Padrão do CENP.

8.2 — Os preços dos serviços de veiculação deverão corresponder à tabela oficial de preços do respectivo veículo.

8.3 — A remuneração observará em qualquer hipótese, os preços tabelados, as condições estabelecidas no Edital de Concorrência 001/2022 e neste Contrato, assim como os descontos obtidos pela *CONTRATADA* junto aos fornecedores ou prestadores de serviços e veículos de divulgação, segundo compromissos expressos na proposta de preços, pela *CONTRATADA*.

8.4 — As despesas com deslocamento de profissionais da *CONTRATADA* ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade.

8.5 — Com referência aos textos, roteiros e montagem, aqueles rejeitados não serão cobrados pela *CONTRATADA*; e os aprovados, e posteriormente cancelados pela *CONTRATANTE* antes da veiculação, serão pagos à *CONTRATADA*.

CLÁUSULA NONA DA VIGÊNCIA

9.1 — O prazo de vigência dos Contratos será de 12 (doze) meses, a iniciar-se na data de sua assinatura, podendo ser aditado na forma da Lei.

9.2 — O presente Contrato poderá ser rescindido pela *CONTRATANTE* a qualquer tempo nas hipóteses previstas na Lei nº 8.666/93, especialmente na forma disposta no inciso I do art. 79, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista qualquer direito de indenização à *CONTRATADA*.

9.3 — O prazo contratado poderá ser prorrogado, a critério da *CONTRATANTE*, mediante acordo formal entre as partes, limitado ao prazo máximo de 60 (sessenta) meses, na forma da Lei nº 8.666/93.

CLÁUSULA DÉCIMA DA ALTERAÇÃO CONTRATUAL

10.1 — O presente Contrato poderá ser alterado através de termos aditivos ou modificativos de acordo com o que estabelece o art. 65 da Lei nº 8.666/93.

10.2 — No caso de celebração de termo aditivo de acréscimo no limite de até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicialmente contratado, conforme permitido pelo art. 65 da Lei nº 8.666/93, e, se forem necessárias modificações das especificações técnicas para melhor adequação aos seus objetivos em decorrência de serviços comprovadamente indisponíveis na data da apresentação da proposta, será permitida a remuneração desses serviços através de preços unitários não contemplados na tabela de preços apresentada pela *CONTRATADA* em sua proposta inicial, que serão fixados através de acordo entre as partes.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA DA RESCISÃO CONTRATUAL

11.1 — A inexecução total ou parcial deste Contrato ensejará a sua rescisão com as consequências previstas no Capítulo III, Seção V, da Lei nº 8.666/93, nos seguintes casos:

- a) Por ato unilateral e escrito da *CONTRATANTE*, nos casos enumerados nos incisos I a XVIII do art. 78 e inciso I do art. 79 da Lei nº 8.666/93;
- b) Amigavelmente, por acordo entre as partes, mediante formalização através de aviso por escrito com

antecedência mínima de 30 dias, não cabendo indenização de qualquer natureza, exceto para pagamento de serviços comprovadamente aprovados e prestados (art. 79, inciso II da Lei nº 8.666/93);

c) Judicialmente, na forma do art. 79, inciso III da Lei nº 8.666/93.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

12.1 — Operar segundo o mercado oferecendo serviços de qualidade superior;

12.2 — Centralizar o comando da publicidade do CONTRATANTE em município da Grande Florianópolis, onde, para esse fim, manterá sede, filial, sucursal ou escritório.

12.2.1 — Se necessário, a CONTRATADA poderá eventualmente utilizar seus estabelecimentos em outros locais para executar parte dos serviços objeto deste Termo de Referência, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

12.2.2 — A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, que possui, em município da Grande Florianópolis, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao CONTRATANTE.

12.2 — Utilizar, na elaboração dos serviços objeto do contrato, os profissionais relacionados na Proposta Técnica apresentada na licitação para fins de comprovação da capacidade de atendimento, sendo admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comprovação e comunicação formal ao CONTRATANTE.

Designar funcionário responsável pelo atendimento à ALESC, o qual deverá acompanhar todas as etapas do processo e responder a todas as demandas do CONTRATANTE.

12.3 — Realizar com seus próprios meios ou através da contratação de terceiros todos os serviços relativos ao objeto deste Contrato, com estrita observância das especificações estabelecidas pela ALESC e do disposto no artigo 14 da Lei Federal Nº 12.232/2010.

12.4 — Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao CONTRATANTE:

12.4.1 — Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

12.4.2 — Só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados pelo CONTRATANTE, aptos a fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste Termo de Referência;

12.4.3 — Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados junto ao CONTRATANTE que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

12.4.4 — Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

12.4.5 — A cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

12.4.6 — Juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF, além dos seguintes documentos comprobatórios de sua regularidade fiscal e trabalhista:

- a) Certidão Negativa de Débitos Relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União;
- b) certidão negativa de débito estadual do domicílio ou sede do fornecedor;
- c) caso o fornecedor seja de outro Estado da Federação, deverá apresentar, também, a regularidade para com a Fazenda do Estado de Santa Catarina, nos termos dos Decretos estaduais nºs 3.650/93 e 3.884/93;
- d) certidão negativa de débito para com a Fazenda Municipal emitida pelo órgão municipal da sede/filial do fornecedor;
- e) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas emitida pela Justiça do Trabalho;
- f) Certificado de Regularidade relativo ao FGTS (CRF) expedido pela Caixa Econômica Federal.

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

12.4.8 — Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do Gestor do contrato.

12.4.9 — Se e quando julgar conveniente, o CONTRATANTE poderá:

- a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato;
- b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

12.4.10 — Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas no contrato para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

12.5 — Submeter a contratação de fornecedores para a execução de serviços especializados à prévia e expressa anuência do CONTRATANTE.

12.5.1 — É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados junto a empresas em que:

- a) um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;
- b) dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

12.6 — Orientar a execução e supervisionar os trabalhos realizados por terceiros, inclusive as veiculações.

12.7 — Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir ao CONTRATANTE as vantagens obtidas, observado o disposto no art. 15, parágrafo único, da Lei n.º 12.232/2010.

12.7.1 — Pertencem ao CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de tempos e/ou espaços publicitários diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de comunicação e divulgação.

12.7.2 — O disposto no subitem 12.7.1 não abrange os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

12.8 — Negociar sempre as melhores condições de preço, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte

e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do CONTRATANTE.

12.9 — Conduzir-se na orientação da escolha dos veículos de divulgação de acordo com pesquisas e dados técnicos.

12.10 — Submeter à aprovação do CONTRATANTE o plano de mídia de cada campanha ou ação, discriminando detalhadamente os veículos, praças, inserções, valores unitários e totais, além de outras informações pertinentes, juntamente com a defesa técnica que justifique a distribuição de mídia adotada.

12.11 — Apresentar ao CONTRATANTE, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, além da(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

12.12 — Como alternativa ao item 12.11, apresentar ao CONTRATANTE a cada 6 (seis) meses estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, além da(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

12.12.1 — Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no item 12.14, o CONTRATANTE poderá solicitar novo estudo à CONTRATADA antes de decorrido o prazo de validade de 6 (seis) meses.

12.13 — Obter autorização prévia do CONTRATANTE, por escrito, para realizar serviços ou despesas com serviços especializados, produção, veiculação ou qualquer outra relacionada com este contrato.

12.14 — Apenas reservar ou comprar espaço publicitário de veículo se tiver sido prévia e expressamente autorizada pelo CONTRATANTE.

12.14.1 — A autorização a que se refere o subitem precedente, não exime a CONTRATADA de sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de comunicação e divulgação nos planejamentos de mídia que apresentará para as ações publicitárias que serão executadas durante a vigência do contrato.

12.15 — A fim de obter autorização prévia do CONTRATANTE para a compra de tempos e/ou espaços publicitários junto aos veículos e meios de divulgação, a CONTRATADA deverá apresentar os seguintes documentos:

12.15.1 — Tabela de preços oficial do veículo;

12.15.2 — Documentação comprobatória da regularidade fiscal e trabalhista do veículo, consistindo em:

- a) Certidão Negativa de Débitos Relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União;
- b) certidão negativa de débito estadual do domicílio ou sede do fornecedor;
- c) caso o veículo seja de outro Estado da Federação, deverá apresentar, também, a regularidade para com a Fazenda do Estado de Santa Catarina, nos termos dos Decretos estaduais nºs 3.650/93 e 3.884/93;
- d) certidão negativa de débito para com a Fazenda Municipal emitida pelo órgão municipal da sede/filial do fornecedor;
- e) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas emitida pela Justiça do Trabalho;
- f) Certificado de Regularidade relativo ao FGTS (CRF) expedido pela Caixa Econômica Federal.

12.15.3 — Pedido de Inserção (PI) ou documento equivalente, discriminando todos os dados referentes ao veículo, período de veiculação, número de inserções, custo unitário e total, e demais informações pertinentes, em

conformidade com os dados apresentados nos documentos exigidos nos subitens 12.15.1 e 12.15.2.

12.15.4 — A critério do CONTRATANTE, os documentos de comprovação da regularidade fiscal e trabalhista arrolados nas alíneas do subitem 12.15.2 poderão ser dispensados, sendo substituídos por relatório consolidado obtido pelo CONTRATANTE no cadastro de veículos mantido pela Secretaria Executiva de Comunicação do Governo do Estado de Santa Catarina

12.16 — Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao CONTRATANTE para pagamento deverão estar em estrita conformidade com a documentação apresentada para autorização de veiculação, referida no item 12.15 e seus subitens, e deverão ser acompanhados de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível (art. 15 da Lei 12.232/10), além de observar as condições estabelecidas na Cláusula 16 deste Termo de Referência.

12.16.1 — Cabe à CONTRATADA arcar com os custos dos relatórios de checagem de veiculação emitidos por empresa independente.

12.16.2 — Se e quando julgar conveniente, o CONTRATANTE poderá contratar diretamente empresa de checagem de veiculação, caso em que, a seu critério, poderá:

12.16.2.1 — obter os relatórios de checagem diretamente, dispensando a CONTRATADA de fornecê-los; ou

12.16.2.2 — autorizar a empresa de checagem contratada diretamente a fornecer os relatórios à agência CONTRATADA, que deverá apresentá-los nos termos do item 12.16.

12.17 — Encaminhar ao CONTRATANTE, sempre que solicitado e sem ônus para este, as peças produzidas, em arquivo digital.

12.18 — Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e materiais produzidos.

12.19 — Entregar ao CONTRATANTE, sempre que solicitado, relatórios de despesas de produção e veiculação de qualquer período compreendido na vigência do contrato.

12.20 — Adotar imediatas providências em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

12.21 — Corrigir ou substituir às suas expensas, no total ou em parte, os serviços realizados em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções de execução, mesmo se a peça já estiver sendo veiculada.

12.22 — Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste Termo de Referência, que envolvam o nome do CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

12.23 — Prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

12.24 — Não prestar serviços a clientes que tenham algum tipo de conflito de interesse com o CONTRATANTE, devendo, em caso de dúvida nesse sentido, solicitar manifestação expressa a respeito.

12.25 — Não caucionar ou utilizar o contrato decorrente desta licitação como garantia para qualquer operação financeira.

12.26 — Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

12.27 — Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

12.28 — Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados e que lhe estiverem afetos.

12.29 — Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto desta licitação, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado, no tocante aos serviços cuja execução estiver a ela afeta.

12.30 — Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados e que lhe estiverem afetos.

12.31 — Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

12.32 — Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e o próprio CONTRATANTE.

12.33 — Manter, por si, por seus prepostos e empregados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE.

12.34 — Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na distribuição de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste Termo de Referência, cuja execução for de sua responsabilidade.

12.35 — Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.

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

12.36.1 — Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços por ela prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-lo a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará ao CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

12.37 — Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de imagem ou direitos autorais, bem como na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, que seja relacionada com os serviços objeto deste Termo de Referência.

12.38 — Observar e cumprir rigorosamente todas as regras e normas estabelecidas na Lei nº 12.232/2010, sob pena de rescisão contratual.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA
OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE E DA FISCALIZAÇÃO

13.1 — Constituem obrigações da CONTRATANTE, além daquelas previstas neste Contrato ou dele provenientes:

13.1.1 — cumprir, dentro dos limites legais, os compromissos financeiros ajustados com a Contratada;

13.1.2 — autorizar expressamente os serviços que estejam em conformidade com o solicitado, bem como emitir orientação acerca da sua execução, ressalvadas solicitações verbais determinadas pela urgência, as quais deverão ser confirmadas por escrito no prazo de 03 (três) dias úteis;

13.1.3 — propiciar à CONTRATADA todas as informações necessárias para a execução dos serviços solicitados;

13.1.4 — notificar formalmente a CONTRATADA acerca de quaisquer irregularidades constatadas na execução do Contrato, assim como da incidência de multas, penalidades ou quaisquer débitos de sua responsabilidade.

13.2 — A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços cuja execução foi expressamente autorizada, inclusive, quanto ao cumprimento das especificações técnicas, cabendo-lhe rejeitá-los no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou solicitado.

13.3 — A fiscalização dos contratos ficará a cargo do titular da Gerência de Publicidade, a quem caberá anotar em documento próprio as ocorrências, determinar a correção de faltas ou defeitos e solicitar à autoridade superior as providências que ultrapassem o seu nível de competência.

13.4 — A fiscalização dos serviços pela CONTRATANTE não desobriga a CONTRATADA de suas responsabilidades para a perfeita execução.

13.5 — A CONTRATADA adotará providências para que qualquer serviço, mesmo o de veiculação, não aceito no todo ou em parte, seja refeito ou corrigido, a suas expensas e nos prazos fixados pela CONTRATANTE.

13.6 — Cabe à CONTRATANTE, através do fiscal do contrato, a aprovação final dos trabalhos executados através deste Contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA
DA AVALIAÇÃO DA CONTRATADA

14.1 — A CONTRATANTE realizará a qualquer tempo avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação propostos pela CONTRATADA, da diversidade de serviços prestados e benefícios advindos da política de preços praticada.

14.2 — A avaliação será considerada pela CONTRATANTE para:

14.2.1 — fins de solicitação de melhoria na qualidade dos serviços prestados pela CONTRATADA;

14.2.2 — decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente Contrato;

14.2.3 — fornecer, quando for solicitado, declarações sobre seu desempenho, como prova de capacitação técnica em licitações.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA
DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

15.1 — As sanções contratuais serão, conforme Capítulo IV, Seção II, da Lei nº 8.666/93 e alterações posteriores:

- a) advertência;
- b) multa;
- c) suspensão temporária para participação de licitação;
- d) impedimento de contratar e declaração de inidoneidade.

15.2 — A aplicação das sanções administrativas poderá ser aplicada na seguinte forma, não impedindo que se aplique outra mais adequada ao caso:

I — Advertência: no descumprimento de quaisquer obrigações previstas no edital e seus anexos que não configurem hipóteses de aplicação de sanções mais graves, sem prejuízo das multas e outras sanções eventualmente cabíveis e demais casos previstos em lei.

II — Multas: serão aplicadas conforme segue:

- a) 5% (cinco por cento) sobre o valor total da contratação, em caso de recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato dentro do prazo estabelecido pelo CONTRATANTE, recusa na conclusão do serviço, ou rescisão do contrato, calculado sobre a parte inadimplente.
- b) 1% (um por cento) por dia, limitado a 20%, sobre o valor da obrigação não cumprida, nos casos de atraso injustificado para a entrega de materiais ou execução de serviços; suspensão ou interrupção dos serviços contratuais, salvo motivo de força maior ou caso fortuito; e inexecução parcial da obrigação assumida, que enseje rescisão contratual.
- c) 0,1% (um décimo por cento) sobre o valor total estimado da contratação, nos casos de a CONTRATADA recusar-se a executar determinação formal ou instrução complementar apresentadas pela fiscalização, aplicada por serviço e por dia; e não cumprir quaisquer dos itens do Contrato e anexos não-previstos nesta relação de multas, após reincidência formalmente notificada pelo órgão fiscalizador, aplicada por ocorrência e por dia.

III — O atraso injustificado superior a 20 (vinte) dias na entrega de material ou execução de serviço caracterizará inexecução total deste contrato.

IV — As penalidades relativas ao impedimento de contratar com a Administração e declaração de inidoneidade por período de até 2 (dois) anos, serão cominadas nas condições definidas pela CONTRATANTE, em caso de faltas graves ocorridas na vigência do Contrato, apuradas em processo administrativo.

V — Declaração de inidoneidade para participar de licitações ou contratar com a Administração quando a inexecução decorrer de violação dolosa da CONTRATADA, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a sua reabilitação, na forma da lei.

VI — A aplicação das penalidades admite os recursos estabelecidos na Lei das Licitações.

VII — As penalidades poderão ser aplicadas isolada ou cumulativamente nos termos do art. 87 da Lei nº 8.666/93.

VIII — O valor das multas poderá ser descontado de eventuais créditos da Contratada.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA DOS DIREITOS AUTORAIS

16.1 — Fica estabelecida a cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso, ideias (inclusos os estudos, planos, etc.), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, concebidas, criadas e produzidas em virtude do Contrato firmado, para a propriedade da ALESC, sendo inexigível remuneração adicional a qualquer tempo e título.

16.1.2 — Nos casos excepcionais deverão ser previamente negociados com a ALESC quaisquer serviços que importem em cessão de direitos autorais para determinar eventual limitação no seu uso, preço original de reutilização e outras condicionantes através de termo de compromisso formal.

16.2 — A ALESC considerará já incluída no custo de produção toda e qualquer remuneração exigida por terceiros, derivada da cessão de direitos autorais de fornecedoras das contratadas, ou uso de imagem de artistas e modelos, seja por tempo limitado ou definitivo.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

17.1 — Não é admitida a subcontratação dos serviços internos relativos à execução do objeto do presente Contrato.

17.2 — A CONTRATADA se conduzirá em conformidade com o Código de Ética dos Profissionais da Propaganda e Publicidade e pelas demais normas vigentes, com a finalidade de produzir serviços que estejam de acordo com a lei, a moral e os bons costumes.

17.3 — O presente Contrato poderá ser denunciado a qualquer tempo, independentemente do que se encontra estipulado na Cláusula Décima Quarta e de interpelação judicial ou extrajudicial, por qualquer das partes, mediante aviso prévio com antecedência de 30 (trinta) dias, através de correspondência protocolada na sede da outra parte, sem que possa ser pleiteado qualquer tipo de indenização, não importando a natureza, exceto o pagamento de despesas por serviços autorizados e já realizados.

17.4 — O valor previsto no presente Contrato poderá ser utilizado total ou parcialmente, a critério da CONTRATANTE, não cabendo à Contratada indenização por qualquer natureza, em face dos eventuais saldos orçamentários ou financeiros que possam existir.

17.5 — A CONTRATADA obriga-se a aceitar acréscimos, limitados a 25% (vinte e cinco por cento) ou supressões de qualquer ordem no valor inicial e atualizado do Contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA DO FORO

18.1 — Fica eleito o Foro da Comarca de Florianópolis, Estado de Santa Catarina, com a renúncia expressa de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para dirimir eventuais questões originárias do presente Contrato.

Florianópolis, datado e assinado eletronicamente.

CONTRATANTE:

Assembleia Legislativa do Estado de Santa
Catarina (ALESC)

CONTRATADA:

André Luiz Bernardi
Diretor-Geral

Lúcia Helena Vieira
Diretora de Comunicação Social



Documento assinado eletronicamente por **RAFAEL BATISTA DOS SANTOS, Coordenador de Licitações e Contratos**, em 16/09/2022, às 17:14, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



Documento assinado eletronicamente por **LEONARDO ULISSES MORAES, Presidente de Comissão Legal**, em 19/09/2022, às 11:57, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



Documento assinado eletronicamente por **ANDRE LUIZ BERNARDI, Diretor Geral**, em 19/09/2022, às 17:40, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <https://sei.alesec.sc.gov.br/verifica-assinatura> informando o código verificador **0519583** e o código CRC **2A4A5C14**.

ERRATA

Em conformidade com a solicitação da Diretoria de Comunicação Social, fica definido que:

Nos itens 8.1.2.2.1 do Edital e 6.3.2.1 do Termo de Referência, onde se lê:

"A licitante deverá apresentar 3 (três) "cases" (campanhas concebidas, criadas e distribuídas por ela), com até cinco peças cada, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição."

Leia-se:

"A licitante deverá apresentar 3 (três) campanhas concebidas, criadas e distribuídas por ela, com até cinco peças cada, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição."



Resposta ao pedido de esclarecimento 01 (recebido em 04/10/2022):

(1) Com relação ao Envelope 2 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada:

O item 7.2.2.1 indica: *“A via identificada do Plano de Comunicação Publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.”*

Pergunta 1: Devemos manter nessa via identificada a mesma formatação de página e texto adotada para o Envelope 1 – via não identificada, conforme expresso no item 7.2.1.3?

Pergunta 2: O texto de síntese de no máximo 1 (uma) página da ideia criativa do Envelope 1, conforme detalhamento expresso pelo item 8.1.1.3, deverá constar no Envelope 2, desde que sem as peças descritas, roteirizadas e “leiautadas”?

Resposta: As respostas a estas questões não cabem à Diretoria de Comunicação Social.

(2) Com relação ao item 8.1.1.3.3 que expressa: “Entende-se por “meio”: TV, Rádio, Internet computadores (desktops, laptops, notebooks e assemelhados), Internet dispositivos móveis (tablets e smartphones), Revista, Jornal, Mídia exterior (outdoor, painéis assemelhados, ponto de ônibus, backbus, banca de revista etc.) e enxoval de campanha;”

Pergunta 1: O que, em termos de “meios”, compreende a constituição do “enxoval de campanha”? É possível explicar melhor do que se trata na perspectiva da Comissão de Licitação?

Resposta: Entende-se por enxoval de campanha cartazete, móbile, banner, woobler, display de balcão, take-one, bandeirolas, adesivo de vitrine, adesivo promocional, display de monitor, display de mesa, balcão promocional.

(3) O item 8.1.1.4.4 especifica que “Todas as peças apresentadas no quesito “Ideia Criativa” (item 6.2.3 e seus subitens) devem estar contempladas na estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.”

Pergunta 1: Entendemos que todas as peças criativas propostas deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia em termos de distribuição e orçamentação/precificação, no entanto resta uma dúvida: A Estratégia de Mídia e Não Mídia, embasada numa Estratégia de Comunicação mais ampla, pode ir além, ou seja, pode apresentar/contemplar mais peças além das peças criadas propostas (descritas, “leiautadas”, roteirizadas etc.) na Ideia Criativa?

Resposta: Sim, a Estratégia de Mídia e Não Mídia pode contemplar peças além daquelas apresentadas no quesito Ideia Criativa.

(4) Com relação ao Repertório (previsto no item 8.1.2.2 e 8.1.2.2.1) e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (previsto no item 8.1.2.3) temos a seguinte questão:

Pergunta: Como no meio publicitário é costume denominar os relatos de soluções de problemas de comunicação de “cases”, os quais, em geral, têm estrutura de enredo de história com exposição de contexto de mercado, problema focado, ações de superação do problema e os resultados obtidos, perguntamos: os 3 (três) cases solicitados no Repertório (item 8.1.1.2), diferentemente dos 02 (mais muito sintéticos, focando nas peças e suas memórias técnicas e na problemática básica que se propuseram a resolver, sem aprofundar os detalhes como em



geral é feito nos relatos completos? Se não, favor fornecer orientações que nos permitam separar melhor o que se pede, em termos de “cases”, em cada um dos itens (8.1.2.2 e 8.1.2.3).

Resposta: A utilização do termo "case" no item 8.1.2.2.1, relativo ao quesito "Repertório", de fato pode gerar alguma confusão, razão pela qual será retirado. Em síntese, o "Repertório" visa a apresentar uma amostragem dos trabalhos já realizados pela agência, enquanto que os "Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação", têm por objetivo demonstrar a linha de trabalho da proponente, para que a Subcomissão Técnica possa avaliar de que modo a agência enfrentou diferentes problemas. Os itens 14.2.2 e 14.2.3, que tratam dos critérios de avaliação do "Repertório" e dos "Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação", respectivamente, podem ajudar a tornar ainda mais clara esta distinção.

(5) É possível fornecer o link exato da plataforma/ferramenta de transparência, se é que este será o meio utilizado para divulgação e acompanhamento de todas as etapas do processo licitatório, incluindo as respostas dos questionamentos e etapas/fases do processo editalício em curso?

Resposta: A resposta a esta questão não cabe à Diretoria de Comunicação Social.

Florianópolis, 05 de outubro de 2022.

Lúcia Helena Vieira

Diretora de Comunicação Social

No que cabe à Coordenadoria de Licitações e Contratos, seguem as respostas:

(1) Com relação ao Envelope 2 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada:

O item 7.2.2.1 indica: *“A via identificada do Plano de Comunicação Publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.”*

Pergunta 1: Devemos manter nessa via identificada a mesma formatação de página e texto adotada para o Envelope 1 – via não identificada, conforme expresso no item 7.2.1.3?

Resposta: Tendo em vista que o envelope nº2 é utilizado para o cotejo com a via não-identificada do Plano de Comunicação Publicitária, recomenda-se que seja apresentado com a mesma formatação adotada para o envelope nº1. No entanto, essa recomendação tem apenas o intuito de facilitar o trabalho da Comissão Permanente de Licitações, não constituindo critério de desclassificação da proposta.

Pergunta 2: O texto de síntese de no máximo 1 (uma) página da ideia criativa do Envelope 1, conforme detalhamento expresso pelo item 8.1.1.3, deverá constar no Envelope 2, desde que sem as peças descritas, roteirizadas e “leiautadas”?

Resposta: Sim, o texto descrito no item 8.1.1.3 deverá estar incluído no envelope nº2. Os exemplos de peças a que se referem os itens 8.1.1.3.1 e 8.1.1.3.2 não devem ser incluídos no envelope nº2.

(5) É possível fornecer o link exato da plataforma/ferramenta de transparência, se é que este será o meio utilizado para divulgação e acompanhamento de todas as etapas do processo licitatório, incluindo as respostas dos questionamentos e etapas/fases do processo editalício em curso?

Resposta: Esclarecimentos serão publicados no mesmo arquivo do Edital, que poderá ser retirado no link <https://www.alesc.sc.gov.br/licitacao?numero-contrato=000001%2F2022&cod-modalidade=3>. Passados 2 dias úteis do envio dos questionamentos, as interessadas poderão entrar em contato por meio do (48) 3221-2766 para consultarem se as respostas já estão públicas ou acompanharem consultando diretamente o link acima. Para agilizar o processo, numeraremos as versões dos arquivos da seguinte forma: EC_001_22_Publicidade_07_11_22_Com_Esclarecimentos_v1, v2, v3..., desta forma, quando solicitarem para download, pelo nome do arquivo já será possível saber se têm ou não a versão mais atualizada.

Rafael Batista dos Santos
Coordenador de Licitações e Contratos



Resposta ao pedido de esclarecimento 02 (recebido em 06/10/2022):

1) Quais são as peças corporificadas, quantas são e quais as peças do enxoval?

Resposta: Conforme item 8.1.1.3.2 e 8.1.1.3.3 do edital, as peças a serem apresentadas no quesito ideia criativa estão limitadas a uma por meio, sendo que os meios aceitos são:

- 1) TV
- 2) Rádio
- 3) Internet computadores
- 4) Internet dispositivos móveis
- 5) Revista
- 6) Jornal
- 7) Mídia exterior
- 8) Enxoval de campanha

É permitido apresentar no máximo um exemplo para cada um dos meios citados. Quantos e quais meios serão utilizados fica a critério da licitante. Apenas como exemplo, caso a agência decida utilizar todos os meios permitidos, o número de peças será de, no máximo, 8 (oito).

O que se entende por enxoval de campanha foi explicado na resposta ao pedido de esclarecimento 01.

2) Quem assina a campanha? A assembleia ou o Programa? Devemos manter o mesmo slogan já utilizado pela assembleia?

Resposta: Quem assina a campanha é a Assembleia. O uso de slogan fica a critério da licitante.

3) Existe algum site/LP/telefone/Endereço do programa que deve ser divulgado?

Resposta: Caso julgue adequado à campanha, a licitante pode indicar o site da Alesc (www.alese.sc.gov.br) como fonte de informações.

4) Ao ler o Briefing ficamos na dúvida em relação à campanha, se é para ser realizada com foco na Alesc ou se é para ser específico para o Programa. Favor esclarecer.

Resposta: conforme estipulado no item 2 do Briefing, o tema da campanha simulada é o Programa Parlamento Jovem Catarinense.

Florianópolis, 13 de outubro de 2022.

Lúcia Helena Vieira

Diretora de Comunicação Social



Resposta ao pedido de esclarecimento 03 (recebido em 06/10/2022):

1) A respeito do envelope padronizado fornecido pela ALESC, qual é a sua dimensão?

Resposta: A resposta a esta questão não cabe à Diretoria de Comunicação Social.

2) Sobre as peças que compõem a Ideia Criativa, ficamos com algumas dúvidas. O item 8.1.1.3.2. cita que as peças a serem apresentadas estão limitadas a “uma peça para cada meio”. O item subsequente, explica sobre o que seriam os “meios” citando alguns. Há limite de peças a serem apresentadas?

Resposta: Conforme item 8.1.1.3.2 e 8.1.1.3.3 do edital, as peças a serem apresentadas no quesito ideia criativa estão limitadas a uma por meio, sendo que os meios aceitos são:

- 1) TV
- 2) Rádio
- 3) Internet computadores
- 4) Internet dispositivos móveis
- 5) Revista
- 6) Jornal
- 7) Mídia exterior
- 8) Enxoval de campanha

É permitido apresentar no máximo um exemplo para cada um dos meios citados. Quantos e quais meios serão utilizados fica a critério da licitante. Apenas como exemplo, caso a agência decida utilizar todos os meios permitidos, o número de peças será de, no máximo, 8 (oito).

3) Ainda sobre isso, um dos meios citados é “enxoval de campanha”. O que seria isso?

Resposta: Verificar resposta ao pedido de esclarecimento 01.

4) Além das peças exemplificadas, na simulação, podemos pensar em outras peças ou a proposta deve ser limitada ao número das exemplificadas?

Resposta: Verificar resposta ao pedido de esclarecimento 01.

5) Se for limitado ao número de peças exemplificadas, podemos utilizar um mesmo material em diferentes veículos, mesmo se houver pequenas alterações de formatos, como por exemplo um banner de mídia programática que possui diferentes tamanhos mas com a mesma arte?

Resposta: Não se aplica, já que a Estratégia de Mídia e Não Mídia pode contemplar mais peças do que as apresentadas no quesito Ideia Criativa.

6) Sobre a apresentação das peças, podem ser apresentadas em A3? É formato real ou reduzido?

Resposta: A resposta a esta questão não cabe à Diretoria de Comunicação Social.

7) É possível a utilização de mockups para melhor visualização das peças?

Resposta: Conforme item 8.1.1.3.2 do edital, "Os exemplos de peças só poderão ser apresentados sob a forma de roteiro, 'layout', 'story board' impresso ou roteiro de 'spot' de rádio". Não serão aceitos quaisquer outros formatos.



8) Elas devem ser apresentadas encadernadas ou soltas?

Resposta: A resposta a esta questão não cabe à Diretoria de Comunicação Social.

9) Ainda sobre esse assunto, as agências podem usar o tipo de papel que julgarem mais adequado (ex.: couchê)? O mesmo entendimento também é válido para a gramatura do papel?

Resposta: A resposta a esta questão não cabe à Diretoria de Comunicação Social.

10) Sobre a apresentação das planilhas, tabelas e gráficos da Estratégia de Mídia e Não Mídia, podem ser apresentadas em A3 e podem ter qualquer tamanho de margem?

Resposta: A resposta a esta questão não cabe à Diretoria de Comunicação Social.

11) As planilhas podem ser apresentadas em formato paisagem e ter outras especificações, como cores e o uso de negrito?

Resposta: A resposta a esta questão não cabe à Diretoria de Comunicação Social.

12) Sobre utilizar mídias digitais pagas em veículos com preços em forma de leilão. Há fornecedores que utilizam tabelas próprias para comercializar mídia nas redes sociais ou mídia programática. Perguntamos: podem ser utilizados esses fornecedores ou todas as veiculações em redes sociais deverão ser orgânicas, sem qualquer impulsionamento?

Resposta: A alocação dos valores fica a critério da licitante, de acordo com a estratégia de mídia proposta.

Florianópolis, 13 de outubro de 2022.

Lúcia Helena Vieira

Diretora de Comunicação Social

No que cabe à Coordenadoria de Licitações e Contratos:

1) A respeito do envelope padronizado fornecido pela ALESC, qual é a sua dimensão?

Resposta: o envelope será padrão A4.

6) Sobre a apresentação das peças, podem ser apresentadas em A3? É formato real ou reduzido?

Resposta: Sim, as peças podem ser apresentadas em A3, que deverá ser dobrado e encadernado conjuntamente. Os textos devem ser em A4.

8) Elas devem ser apresentadas encadernadas ou soltas?

Resposta: Verificar resposta à pergunta 6

9) Ainda sobre esse assunto, as agências podem usar o tipo de papel que julgarem mais adequado (ex.: couchê)? O mesmo entendimento também é válido para a gramatura do papel?

Resposta: Fica a critério da licitante, porém, conforme previsto em Edital, não poderá haver nenhum tipo de identificação

10) Sobre a apresentação das planilhas, tabelas e gráficos da Estratégia de Mídia e Não Mídia, podem ser apresentadas em A3 e podem ter qualquer tamanho de margem?

Resposta: Sim, conforme item 7.2.1.5 do edital.

11) As planilhas podem ser apresentadas em formato paisagem e ter outras especificações, como cores e o uso de negrito?

Resposta: Sim, conforme item 7.2.1.5 do edital.



Resposta ao pedido de esclarecimento 04 (recebido em 11/10/2022):

1) Em relação à Ideia Criativa, gostaríamos de saber quais marcas devem assinar a campanha. Notamos a existência de três Logos importantes: ALESC, Escola do Legislativo e Programa Parlamento Jovem Catarinense. A campanha deve ser assinada com os Logos da ALESC + Escola do Legislativo + Programa Parlamento Jovem Catarinense? Esses arquivos serão disponibilizados? Se sim, em qual localização?

Resposta: A assinatura da campanha deve ser da Alesc. A utilização de logos fica a critério da licitante. Não serão disponibilizados arquivos.

Florianópolis, 14 de outubro de 2022.

Lúcia Helena Vieira
Diretora de Comunicação Social



Resposta ao pedido de esclarecimento 05 (recebido em 11/10/2022):

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

7.2.1.5 do edital -Apresentação das tabelas, gráficos e planilhas

Questionamento 1:

As tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ser impressas em formato paisagem?

Resposta: A resposta a esta questão não cabe à Diretoria de Comunicação Social.

Questionamento 2:

Além do texto de duas páginas, mais o plano simulado de distribuição das peças, é permitida a inclusão de anexos específicos, tais como dados estatísticos e de defesa de Mídia?

Resposta: Caso a licitante deseje apresentar essas informações, deverá fazê-lo na forma de texto, dentro do limite de duas páginas.

Questionamento 3: -

No caso dos valores de veiculação do meio Internet, que não trabalham com tabelas próprias, podemos usar a tabela de valores dos veículos representantes dessas plataformas digitais?

Resposta: A alocação dos valores fica a critério da licitante, de acordo com a estratégia de mídia proposta.

Questionamento 4:

Devemos citar e defender o período de campanha, dando referência aos dias e meses de veiculação, ou podemos simular um período de 30 a 45 dias aleatório?

Resposta: Isso fica a critério da licitante.

8.1.1.3 - IDEIA CRIATIVA

Conforme questionamento anteriormente respondido, temos claro o limite de uma peça-exemplo da Ideia Criativa por meio e, que na Estratégia de Comunicação e de Mídia e Não Mídia podemos ter peças além das exemplificadas.

Nosso pedido de esclarecimento é com relação ao **número total de peças que devem ser exemplificadas na Ideia Criativa.**

O edital determina os meios Rádio, Internet, Revista, Jornal, Mídia exterior ((outdoor, painéis, pontos de ônibus, backbus, banca de revista) e em resposta a questionamento feito por licitante, a Comissão exemplificou peças do enxoval de campanha (cartazete, móbile, banner...)?

Assim, para alinharmos as interpretações sobre o quesito, solicitamos definir de forma mais clara,

1) na **ideia Criativa**, devem ser apresentados **um exemplo de peça para os meios Rádio, Internet, Revista, Jornal + um exemplo de cada um dos tipos** que aparecem dentro de **Mídia Exterior** (outdoor, painéis, pontos de ônibus, backbus, banca de revista e do **Enxoval** (cartazete, móbile, banner...), conforme o critério de escolha da licitante?

2) ou fica à critério da licitante escolher entre os tipos citados de Mídia Exterior e do Enxoval?



Resposta: Verificar respostas aos pedidos de esclarecimento 02 e 03.

8.1.2 — CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

O Conjunto de Informações referentes ao proponente, sub-questos

Questionamento 1

Além de textos, conforme define o edital, podemos utilizar tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, para uma melhor apresentação dos conteúdos dos sub-questos 8.1.2.1.1; 8.1.2.1.2; 8.1.2.1.3; 8.1.2.1.4 e 8.1.2.1.5 ?

Resposta: Apenas texto, conforme estipulado no item 8.1.2.1 do edital.

Questionamento 2

Os conteúdos dos sub-questos 8.1.2.1 — Capacidade de Atendimento ; 8.1.2.2 — Repertório; e 8.1.2.3 — Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação devem ser apresentados compondo um caderno único ou podem ser três cadernos, um para cada subquesto?

Resposta: A resposta a esta questão não cabe à Diretoria de Comunicação Social.

Florianópolis, 14 de outubro de 2022.

Lúcia Helena Vieira

Diretora de Comunicação Social

No que cabe à Coordenadoria de Licitações e Contratos

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

7.2.1.5 do edital -Apresentação das tabelas, gráficos e planilhas

Questionamento 1:

As tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ser impressas em formato paisagem?

Resposta: Sim.

8.1.2 — CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Questionamento 2

Os conteúdos dos sub-questos 8.1.2.1 — Capacidade de Atendimento ; 8.1.2.2 — Repertório; e 8.1.2.3 — Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação devem ser apresentados compondo um caderno único ou podem ser três cadernos, um para cada subquesto?

Resposta: Fica a critério da licitante.

Rafael Batista dos Santos
Coordenador de Licitações e Contratos

Florianópolis, 14 de outubro de 2022.



Resposta ao pedido de esclarecimento 06 (recebido em 13/10/2022):

A dúvida trata-se sobre o item 11.4.2, relação à Qualificação Técnica:

11.4.2 — A fim de certificar que a licitante possui capacidade técnica para desempenhar o volume de serviços que a Alesc pretende solicitar, a agência deverá comprovar que prestou, num período de 12 (doze) meses, serviços que correspondam a um investimento mínimo de R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais) por parte do anunciante.

A dúvida é: o período de 12 (doze) meses indicado é contabilizado a partir de qual data? A data de publicação do Edital ou da entrega dos documentos?

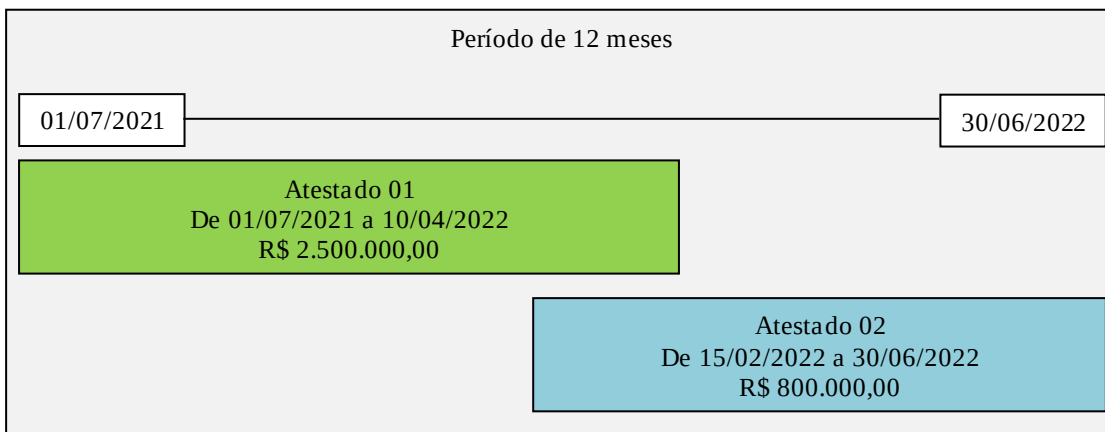
Resposta: Qualquer período de 12 (doze) meses será aceito. Ou seja, caso a licitante necessite apresentar vários atestados para comprovar o montante investido de R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais) em doze meses, a data de início dos serviços do primeiro atestado e a data de término dos serviços do último atestado não podem ter uma distância superior a 12 meses.

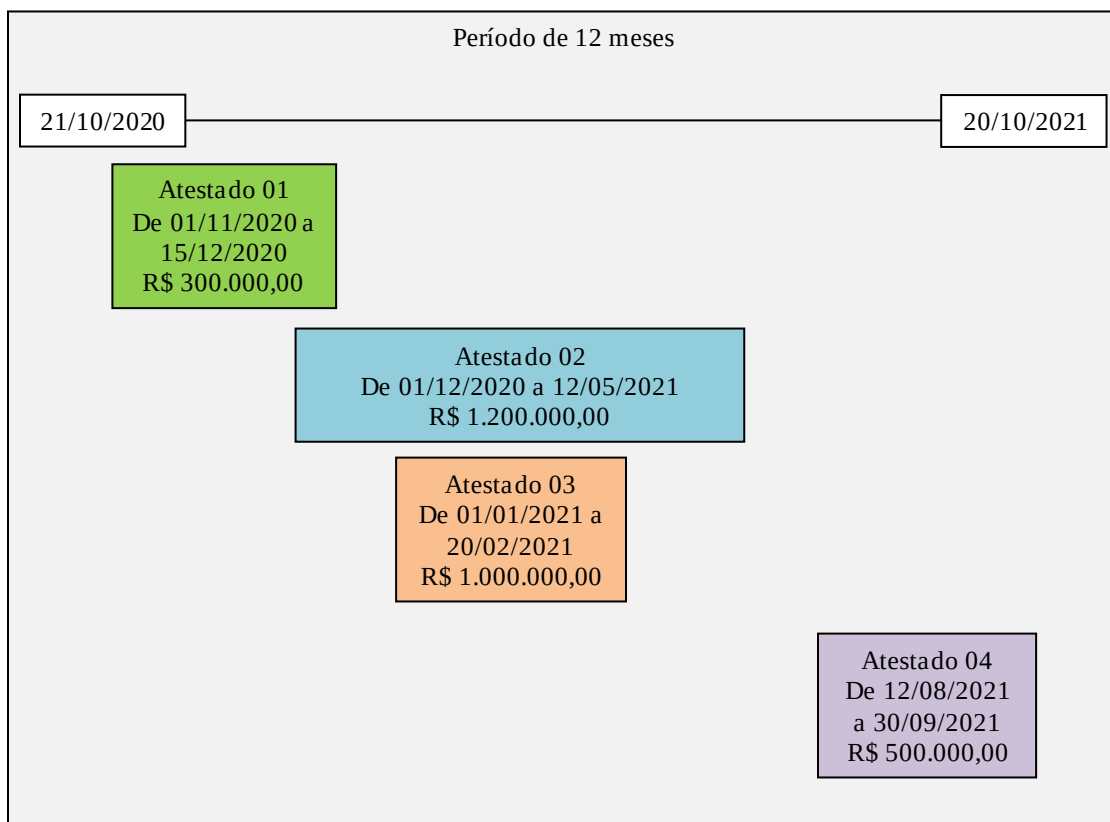
Não há necessidade de comprovação exata de 12 meses, podendo se comprovar o cumprimento da exigência do edital em período inferior, como por exemplo em 6 meses, ou 11 meses e 15 dias, ou outras combinações, desde que respeitem o período máximo de 12 meses.

Os atestados podem ser do mesmo dia ou até de períodos sobrepostos. Por exemplo, dois atestados de serviços prestados, um referente a 15/03/2021 até 15/04/2021 e outro referente a 01/04/2021 a 30/04/2021.

Os atestados não poderão se referir a serviços que ainda serão realizados após a data de abertura da primeira sessão pública.

Seguem dois exemplos de somatório de atestados para ilustrar o cumprimento dessa exigência:





Florianópolis, 17 de outubro de 2022.

Lúcia Helena Vieira
Diretora de Comunicação Social

Pedido de esclarecimento 07 (11/10/22)

No item 9.1 letra c, consta percentuais de honorários especiais para a agência precificar. Porém, no anexo III na declara não tem espaço para precificar os honorários especiais, há somente um espaço.

Como devemos preencher o documento?

Resposta: O item b) do Anexo III (Proposta de Preços) refere-se ao desconto a ser concedido sobre os honorários e os honorários especiais, e deve ser preenchido conforme o disposto no item 15.2.2 do Edital.

Florianópolis, 17 de novembro de 2022.

Rafael Batista dos Santos

Coordenador de Licitações e Contratos



Resposta ao pedido de esclarecimento 08 (recebido em 14/10/2022):

(1) Com relação aos itens 8.1.1.3.2 e 8.1.1.3.3 temos a ponderar que: meios amplos, com muitas possibilidades de abordagens e variações de peças criativas, como mídia exterior e internet (tanto computadores quanto dispositivos móveis), por exemplo, podem demandar mais de uma peça por meio para um melhor aproveitamento e efetividade de campanha. Ou seja, a restrição de uma peça criativa para Rádio, TV e Jornal, por exemplo, bem como para outros meios menos amplos, não é tão limitante para a apresentação do potencial criativo da campanha, mas para meios amplos como internet (diversas redes sociais e plataformas com características e aplicações diferentes) ou mídia exterior (Busdoor, Backbus, Pontos de Ônibus, Empenas, Frontlights, Backlights, Triedros, Luminos, Placas, etc) é bastante limitativo.

Assim, perguntamos: é possível diferenciar os meios de internet, não só por computador e dispositivos móveis, mas sim por canais/meios como o TikTok, Instagram, Facebook, Snapchat, Twitter, linkedin, etc..? E assim, criar peças diferentes para estes meios?

E no caso de peças de não mídia, seguindo esse raciocínio de amplitude, também é possível apresentar mais de uma peça?

Resposta: Não. As licitantes devem seguir o disposto no Edital, em conformidade ainda com as respostas aos pedidos de esclarecimento já publicadas.

Florianópolis, 18 de outubro de 2022.

Lúcia Helena Vieira

Diretora de Comunicação Social



Resposta ao pedido de esclarecimento 09 (recebido em 17/10/2022):

Quantas peças devem compor a ideia criativa? O briefing propõe 4 meios (televisão, rádio, jornal impresso e sites de internet) já as respostas dos questionamentos referente ao item 8.1.1.3.3 traz a possibilidade de até 8 peças. Qual devemos seguir?

Resposta: A indicação de meios do item 6 do Briefing é o mínimo exigido para a campanha simulada, mas a licitante pode propor outros meios de veiculação além daqueles, desde que respeitado o disposto nos itens 8.1.1.3.2 e 8.1.1.3.3, no que se refere ao quesito Ideia Criativa.

Florianópolis, 20 de outubro de 2022.

Lúcia Helena Vieira

Diretora de Comunicação Social



Resposta ao pedido de esclarecimento 10 (recebido em 17/10/2022):

1) Peças digitais sequenciais como web série são consideradas como uma única peça?

Resposta: Não. Uma série é um conjunto de várias peças.

2) No item 6 do Briefing onde fala que a campanha deverá ser veiculado em "sites de internet", o que devemos entender por site de internet?

Podemos considerar neste item também as redes sociais tais como Instagram, facebook, tiktok, spotify entre outras, ou apenas publicidade programática em sites?

Resposta: Para efeitos deste Edital, redes sociais não são consideradas "sites". Considera-se site o conjunto de documentos disponibilizados na Web por indivíduo ou empresa e que pode ser acessado por computador, em endereço específico.

Florianópolis, 20 de outubro de 2022.

Lúcia Helena Vieira
Diretora de Comunicação Social



Resposta ao pedido de esclarecimento 11 (recebido em 18/10/2022):

Sendo assim, perguntamos: qual a diferença entendida pela Comissão de Licitação entre a Internet computadores (desktops, laptops, notebooks e assemelhados) e a Internet dispositivos móveis (tablets e smartphones), já que são tratadas como "meios" diferentes? Seria apenas o formato final das peças digitais veiculadas em cada uma? Exemplos: um post ou banner visto no computador vai ter um formato diferente da mesma peça vista no celular ou tablet. Favor confirmar.

Resposta: O formato das peças veiculadas em computadores e em dispositivos móveis é diferente, mas a licitante não está obrigada a apresentar a mesma peça para os dois meios, modificando apenas o formato. No meio "Internet dispositivos móveis" incluem-se várias mídias que podem ser exploradas pela licitante, caso julgue adequado à campanha proposta, e atendo-se ao limite de uma peça por meio.

No mesmo item 8.1.1.3.2, fala-se em meio "convencional ou não convencional". Favor diferenciar qual é o entendimento de cada um (convencional / não convencional).

Resposta: Os meios aceitos para apresentação das peças corporificadas do quesito ideia criativa já foram explicados na resposta ao pedido de esclarecimento 02. Tendo dito isso, esclarecemos que consideramos convencionais os meios mais tradicionais, como TV, rádio e jornal, por exemplo. Esta classificação (convencional ou não convencional), porém, não interfere na formulação da proposta da licitante, já que ela deve seguir o disposto no item 8.1.1.3.3 (explicado na resposta ao pedido de esclarecimento 02), que estabelece quais os tipos de meios permitidos.

Florianópolis, 21 de outubro de 2022.

Lúcia Helena Vieira
Diretora de Comunicação Social



Resposta ao pedido de esclarecimento 12 (recebido em 20/10/2022):

Em relação à utilização de mídia em Internet, podemos considerar investir em sites fazendo mídia paga com banners de internet e mídia paga em sites como Instagram e Facebook?

Resposta: Conforme resposta ao pedido de esclarecimento 10, para efeitos deste Edital (mais especificamente do disposto no item 6 do Briefing), redes sociais não são consideradas sites. Verificar também a resposta ao pedido de esclarecimento 09.

Florianópolis, 21 de outubro de 2022.

Lúcia Helena Vieira
Diretora de Comunicação Social



Resposta ao pedido de esclarecimento 13 (recebido em 25/10/2022):

Em relação ao item 9- **DA REMUNERAÇÃO DA AGÊNCIA**, o edital cita o texto abaixo destacado em amarelo os percentuais que devem ter os honorários e honorários especiais – que são diferentes, e que os valores devem ser preenchidos no ANEXO III:

9.1 — Na execução dos serviços contratados a agência será assim remunerada, em conformidade com as disposições da Lei Federal nº 4.680 de 18/06/1965, bem como, com os descontos que serão informados na Proposta de Preços (Anexo III):

a) Custos internos – Serviços internos (aqueles executados pela própria agência), serão pagos pela ALESC com base na Tabela Referencial de Preços vigente do SINAPRO/SC, aplicando-se o percentual de desconto oferecido pela CONTRATADA em sua proposta de preços.

b) Honorários – Honorários de 13,50% (treze inteiros e cinquenta centésimos por cento) a 15,00% (quinze por cento), conforme Proposta de Preços apresentada pela CONTRATADA, incidentes sobre os preços de suprimentos externos e serviços especializados prestados por fornecedores.

c) Honorários especiais - Honorários especiais de 9% (nove por cento) a 10,00% (dez por cento), conforme proposta de preços apresentada pela CONTRATADA, incidentes sobre os preços de suprimentos externos e serviços especializados prestados por fornecedores, quando a responsabilidade da Agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.

Entretanto, no ANEXO III só há espaço para preenchimento de um dos itens. Se no texto do edital os percentuais são diferentes, onde iremos preencher o segundo percentual de desconto?

Resposta: Os percentuais a serem preenchidos no Anexo III do edital são referentes ao **DESCONTO** que será concedido pela agência à Alesc sobre os custos internos (item "a" do Anexo III) e sobre os honorários e honorários especiais (item "b" do Anexo III). Não são os valores finais dos honorários que se pretende cobrar.

Desta forma, aplicando-se o desconto de 0% a 10% sobre os honorários de 15%, chega-se à remuneração entre 15% e 13,5%. De igual modo, aplicando-se o desconto de 0% a 10% sobre os honorários especiais de 10%, chega-se à remuneração entre 9% e 10%.

Verificar a cláusula 15 do edital, em especial os itens 15.2.1, 15.2.2 e 15.3, além da resposta ao pedido de esclarecimento 07.

Florianópolis, 27 de outubro de 2022.

Lúcia Helena Vieira
Diretora de Comunicação Social



Resposta ao pedido de esclarecimento 14 (recebido em 25/10/2022):

Gostaria de confirmar quantidade de peças para desdobramento da campanha simulada e quais peças deverão constar na entrega final.

Resposta: Verificar as respostas aos pedidos de esclarecimento 02, 03 e 09.

Florianópolis, 27 de outubro de 2022.

Lúcia Helena Vieira
Diretora de Comunicação Social



Resposta ao pedido de esclarecimento 15 (recebido em 25/10/2022):

Prezada Comissão de Licitação, segue dúvida referentes ao processo de Edital de Concorrência Nº001/2022

8.1.2.1 — Capacidade de Atendimento, constituída de textos em que a licitante apresentará:

8.1.2.1.1 — Clientes: relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da apresentação do Edital Concorrência 001/2022 (0519583) SEI 22.0.000006520-3 / pg. 8 da Proposta Técnica, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;

8.1.2.1.2 — Equipe: quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo nome, formação e experiência), dos profissionais que estarão à disposição da execução dos serviços à ALESC, discriminando as suas áreas de atuação;

8.1.2.1.3 — Infraestrutura: as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

8.1.2.1.4 — Sistema de atendimento, detalhando as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante na execução do Contrato, e discriminando 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;

8.1.2.1.5 — Informações de marketing: discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocarão regularmente à disposição da ALESC, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

poderão ser apresentadas imagens, fotos, gráficos e ilustrações na composição do caderno?

Resposta: Verificar a resposta ao pedido de esclarecimento 05.

Florianópolis, 27 de outubro de 2022.

Lúcia Helena Vieira

Diretora de Comunicação Social



Resposta ao pedido de esclarecimento 16 (recebido em 25/10/2022):

Prezados membros da Comissão de licitações da ALESC, temos as seguintes dúvidas que respeitosamente solicitamos sejam dirimidas:

Com relação ao **item 9 do ANEXO III – BRIEFING**, *“Esforços anteriores de comunicação: Ainda não foi realizada nenhuma campanha publicitária a respeito do Parlamento Jovem. A divulgação das atividades do Programa sempre foi feita por meio de cobertura jornalística pelos canais de comunicação vinculados à Diretoria de Comunicação Social.”*

Pergunta: Existe uma logo oficial do Programa Parlamento Jovem? Caso não haja, podemos sugerir uma logo para assinatura do programa? E, caso esta seja apresentada integrada aos layouts e story boards, a mesma será considerada como “uma peça”? Ou entende-se que se trata de um elemento conceitual que faz parte dos aspectos visuais da campanha?

Resposta: A utilização de logos fica a critério das licitantes. Não serão disponibilizados arquivos. Se a logo for apresentada como parte integrante de uma peça, não será considerada como outra peça.

Florianópolis, 27 de outubro de 2022.

Lúcia Helena Vieira
Diretora de Comunicação Social

Questionamento 17 (recebido em 25/10/2022)

Pergunta

Com relação ao item 8.1.2.3.3 "As duas páginas do relato deverão estar assinadas pelo autor do referendo"

Pergunta-se: Assinaturas eletrônicas serão aceitas nos Cases? Exemplo assinatura através da ferramenta DocuSign.

Caso seja aceita, uma cópia em PDF e a versão digital salva no pen drive seria considerada legalmente válida?

Reposta: Assinaturas eletrônicas serão aceitas desde que seja possível comprovar a autenticidade por meio de empresas devidamente certificadas

Florianópolis, 27 de outubro de 2022

Rafael Batista dos Santos
Coordenador de Licitações e Contratos



Resposta ao pedido de esclarecimento 18 (recebido em 27/10/2022):

De acordo com a resposta aos Esclarecimentos mais recentes (dia 20/10/22):

“Resposta ao pedido de esclarecimento 10 (recebido em 17/10/2022):

1) Peças digitais sequenciais como web série são consideradas como uma única peça?

Resposta: Não. Uma série é um conjunto de várias peças”; ficamos com a seguinte dúvida: em outros meios que utilizem a mesma lógica sequencial, por exemplo um anúncio com várias páginas em sequência, ou até um post carrossel, que utilize vários cards ou etapas (como é próprio desta peça digital); a Comissão de Julgamento da presente licitação vai entender como peças únicas ou várias peças?

Em outras palavras, mais especificamente perguntando: o post carrossel com vários cards é considerado uma peça apenas ou será considerado como várias peças?

E o anúncio com várias páginas sequenciais será entendido como uma só peça, ou como várias peças?

Resposta: Tanto o post carrossel com vários cards, como o anúncio com várias páginas serão considerados como várias peças.

Florianópolis, 31 de outubro de 2022.

Lúcia Helena Vieira

Diretora de Comunicação Social



Resposta ao pedido de esclarecimento 19 (recebido em 27/10/2022):

1- É correto afirmar que o Envelope 1 pode ser retirado na ALESC até o dia 04/11?

Resposta: A resposta a esta questão não cabe à Diretoria de Comunicação Social.

2- A numeração das páginas do Envelope n. 1 também deverá ser feita em Arial tamanho 12?

Resposta: A resposta a esta questão não cabe à Diretoria de Comunicação Social.

3- As tabelas, gráficos e planilhas da estratégia de mídia e não mídia poderão ser apresentadas na orientação retrato e/ou paisagem?

Resposta: Verificar resposta ao pedido de esclarecimento 03 e 04.

4- Dispõe o Edital que:

8.1.1.4.1 — Deve ser apresentado, anexo ao texto, plano simulado de distribuição das peças (plano de mídia), composto por tabelas, gráficos ou planilhas;

8.1.1.4.2 — Deve ser apresentado quadro resumo que identifique as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

Assim, questiona-se: na estratégia de mídia e não mídia, como anexo, só poderá ter um plano de mídia e um quadro resumo, ou seja, no máximo 02 tabelas/planilhas, OU a licitante pode apresentar quantas tabelas, planilhas, gráficos julgar necessário, inclusive com informações que julgar pertinente, como, por exemplo, penetração de mídias e etc? Aqui solicita-se uma resposta bem esclarecida, a fim de que nenhuma licitante reste prejudicada.

Resposta: Conforme o item 8.1.1.4.1, as tabelas, gráficos ou planilhas são o que compõem o plano simulado de distribuição das peças (plano de mídia). Portanto, os anexos a serem apresentados são apenas o plano de mídia e o quadro resumo. Verificar ainda a resposta ao pedido de esclarecimento 05.

5- É possível disponibilizar a logo a ser usada nas peças publicitárias?

Resposta: Verificar resposta ao pedido de esclarecimento 16.

6- Como devemos assinar a campanha: Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina – ALESC ou somente ALESC?

Resposta: Seguir o padrão de assinatura das campanhas anteriores disponibilizadas no link constante do item 9 do Briefing.

7- Qual o slogan utilizado hoje pela ALESC?

Resposta: Verificar as campanhas anteriores disponibilizadas no link constante do item 9 do Briefing.



8- É correto afirmar que fica a critério de cada licitante a quantidade de exemplos de peças apresentadas no quesito Ideia Criativa?

Resposta: Verificar as respostas aos pedidos de esclarecimento 02, 03 e 09.

9- É correto afirmar que fica a critério de cada licitante a escolha dos meios a serem utilizados na campanha simulada?

Resposta: Verificar as respostas aos pedidos de esclarecimento 02, 03 e 09.

10- É correto afirmar que fica a critério de cada licitante quantos meios usará na campanha simulada?

Resposta: Verificar as respostas aos pedidos de esclarecimento 02, 03 e 09.

11-É correto afirmar que uma mesma peça pode ser usada em mais de um meio? Ex: vídeo para televisão e redes sociais?

Resposta: Se a pergunta está se referindo a utilizar no plano de distribuição uma mesma peça para mais de um meio, sim, fica a critério da licitante. A quantidade de peças que podem ser corporificadas no quesito Ideia Criativa é de no máximo uma por meio, conforme itens 8.1.1.3.2 e 8.1.1.3.3 do Edital.

12- É correto afirmar que nem todas as peças sugeridas para a campanha simulada devem estar corporificadas na Ideia Criativa?

Resposta: Verificar a resposta ao pedido de esclarecimento 01.

13- É permitida a indicação sucinta em cada peça para melhor compreensão da Subcomissão, ex: spot para rádio?

Resposta: Pode-se incluir indicação sucinta do meio a que se destina a peça.

14-É permitida a inclusão de mais de um exemplo de peça na mesma página ou cada exemplo de peça deve vir em uma página?

Resposta: A resposta a esta questão não cabe à Diretoria de Comunicação Social.

15-É permitida a inclusão de mais de uma tabela, planilha, gráfico, na mesma página ou cada tabela, planilha, gráfico, deve vir em uma página?

Resposta: A resposta a esta questão não cabe à Diretoria de Comunicação Social.

16-É correto afirmar que a formatação do Envelope n. 3 fica a critério de cada licitante, como, por exemplo, encadernação, fonte, tamanho de fonte, uso de negrito e sublinhado, uma vez que é um envelope identificado?

Resposta: A resposta a esta questão não cabe à Diretoria de Comunicação Social.



17-Dispõe o Edital que:

6.2.3.3. Entende se por “meio”: TV, Rádio, Internet computadores (desktops, laptops, notebooks e assemelhados), Internet dispositivos móveis (tablets e smartphones), Revista, Jornal, Mídia exterior (outdoor, painéis assemelhados, ponto de ônibus, backbus, banca de revista etc.) e enxoval de campanha

Sendo assim, questiona-se: considerando que é permitido o uso de UMA peça por meio e o Edital definiu/permitiu o uso de 8 meios, sendo eles:

- 1- TV,
- 2- Rádio,
- 3- Internet computadores (desktops, laptops, notebooks e assemelhados),
- 4- Internet dispositivos móveis (tablets e smartphones),
- 5- Revista,
- 6- Jornal,
- 7- Mídia exterior (outdoor, painéis assemelhados, ponto de ônibus, backbus, banca de revista etc.)
- 8- enxoval de campanha

Caso a licitante opte por apresentar UMA peça do MEIO Internet computadores e UMA peça do MEIO internet dispositivos móveis, solicita-se melhor esclarecimento acerca disso. Ex: internet computadores: banner para sites? Internet dispositivos móveis: card para redes sociais? Não ficou muito claro essa exigência. Aqui solicita-se esclarecimento detalhado, a fim de que nenhuma licitante reste prejudicada.

Resposta: Os tipos de peças que serão apresentados ficam a critério da licitante. Para fins deste Edital, "Internet Computadores" e Internet Dispositivos Móveis" são considerados meios distintos. As licitantes devem levar em conta o disposto no item 6 do Briefing, esclarecido nesse ponto pela resposta ao pedido de esclarecimento 10.

18-Ainda, digamos que a licitante opte por apresentar um vídeo para televisão e um card para redes sociais, englobadas como internet dispositivos móveis. É possível sugerir a inserção do vídeo da TV nas redes sociais da ALESC mesmo as redes sociais já ter uma peça (card)?

Resposta: O limite de uma peça por meio é referente ao quesito Ideia Criativa e não se aplica à Estratégia de Mídia e Não Mídia. Verificar a resposta ao pedido de esclarecimento 01.

Florianópolis, 31 de outubro de 2022.

Lúcia Helena Vieira

Diretora de Comunicação Social

No que cabe à Coordenadoria de Licitações e Contratos:

1 - É correto afirmar que o Envelope 1 pode ser retirado na ALESC até o dia 04/11?

Resposta: Correto.

2 - A numeração das páginas do Envelope n. 1 também deverá ser feita em Arial tamanho 12?

Resposta: A critério da concorrente.

14 - É permitida a inclusão de mais de um exemplo de peça na mesma página ou cada exemplo de peça deve vir em uma página?

Resposta: A critério da concorrente.

15 - É permitida a inclusão de mais de uma tabela, planilha, gráfico, na mesma página ou cada tabela, planilha, gráfico, deve vir em uma página?

Resposta: A critério da concorrente.

16 - É correto afirmar que a formatação do Envelope n. 3 fica a critério de cada licitante, como, por exemplo, encadernação, fonte, tamanho de fonte, uso de negrito e sublinhado, uma vez que é um envelope identificado?

Resposta: A critério da concorrente.

Florianópolis, 01 de novembro de 2022.

Rafael Batista dos Santos
Coordenador de Licitações e Contratos



Resposta ao pedido de esclarecimento 20 (recebido em 28/10/2022):

O item 9.1 dispõe que honorários e honorários especiais serão remunerados com base nos descontos conforme abaixo:

" b) Honorários – Honorários de 13,50% (treze inteiros e cinquenta centésimos por cento) a 15,00% (quinze por cento), conforme Proposta de Preços apresentada pela CONTRATADA, incidentes sobre os preços de suprimentos externos e serviços especializados prestados por fornecedores.

c) Honorários especiais - Honorários especiais de 9% (nove por cento) a 10,00% (dez por cento), conforme proposta de preços apresentada pela CONTRATADA, incidentes sobre os preços de suprimentos externos e serviços especializados prestados por fornecedores, quando a responsabilidade da Agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento."

Não obstante, para a proposta de preços deveremos prever o desconto relativo aos honorários e honorários especiais de acordo com os percentuais indicados no item 15.2.2 do instrumento convocatório.

Com isso, questiona-se:

Qual a porcentagem referencial que deverá ser utilizada na elaboração do plano de mídia simulado? As previstas pelo item 9.1 (alíneas b e c) do edital, ou as mesmas que iremos aplicar na proposta de preços?

Resposta: Verificar o item 8.1.1.4.5, alínea c, do Edital.

Florianópolis, 01 de novembro de 2022.

Lúcia Helena Vieira
Diretora de Comunicação Social