



EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

A **COMPANHIA PARAIBANA DE GÁS - PBGÁS**, Sociedade de Economia Mista, doravante denominada **PBGÁS**, com sede à Avenida Presidente Epitácio Pessoa, nº 4.756, bairro do Cabo Branco, na cidade de João Pessoa, Estado da Paraíba, inscrita no CNPJ (MF), sob nº. 00.371.600/0001-66, através da Comissão Permanente de Licitação, doravante denominada **CPL**, designada pelo Diretor Presidente da Companhia através de decisão **PORTARIA n.º 001/2014 – PRE/PBGÁS**, publicada no Diário Oficial do Estado do dia 07/01/2014, torna público que fará realizar a seguinte Licitação:

- **PROCESSO ADMINISTRATIVO:** 006/2014
- **MODALIDADE:** CONCORRÊNCIA
- **N.º:** 001/2014
- **TIPO:** MELHOR TÉCNICA
- **FORMA DE EXECUÇÃO:** INDIRETA
- **REGÊNCIA:** Lei 12.232 de 29 de abril de 2010, Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, Lei n.º 8.666 de 21 de junho de 1993 e suas alterações e Lei Complementar 123, de 14 de dezembro de 2006. Lei Estadual nº 9.697/12 e demais disposições legais e regulamentares correlatas.

LOCAL E DATA LIMITE PARA RECEBIMENTO DA DOCUMENTAÇÃO (ENVELOPES DE HABILITAÇÃO E PROPOSTA):

Local: Avenida Presidente Epitácio Pessoa, nº 4.756, bairro do Cabo Branco, na cidade de João Pessoa, Estado da Paraíba.

Dia: 12/08/2014

Hora: 14h30min

1 – OBJETO, VALOR E FONTE DE RECURSOS

1.1 – Contratação, através de licitação, na modalidade “concorrência pública”, tipo “melhor técnica”, de agência de publicidade para atividades de serviços de propaganda institucional e de produto, a partir de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação e supervisão de compra e veiculação de mídia com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir idéias, princípios e iniciativas que melhorem a imagem da Companhia e informem suas ações ao público em geral, bem como a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos, em consonância com as novas tecnologias.



EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

1.2 – O valor estimado pela PBGÁS, para a execução da prestação dos serviços de publicidade é de R\$ 231.069,18 (duzentos e trinta e um mil sessenta e nove reais e dezoito centavos).

1.3 – Os recursos financeiros necessários aos pagamentos da execução do objeto deste certame estão devidamente equacionados e assegurados especificamente no orçamento da **PBGÁS**, e correrão por conta da seguinte classificação orçamentária:

- **Despesa.**

2 – EXAME E/OU OBTENÇÃO DO EDITAL

2.1 – Este Edital, com seus elementos constitutivos, será fornecido gratuitamente, através de download, no site <http://www.pbgas.pb.gov.br>, e/ou obtido pelos interessados, nos dias úteis, de segunda à sexta-feira, no horário das 08h30min às 11h30min e das 14h30min às 17h30min (**horário local**), a partir da data da sua emissão, na sede da **PBGÁS**, situada no endereço mencionado no preâmbulo deste Edital.

2.2 – Após obtenção do Edital, o interessado deverá preencher o “*Comprovante de Retirada do Edital*” (**Anexo 7**), e enviá-lo à **CPL**, por via postal ou pelo fax (0**83) 3247-2244, visando à comunicação aos interessados relativa aos pedidos de esclarecimentos e de outras situações que possam implicar, inclusive, aditamentos ao Edital.

2.3 – A falta de preenchimento do comprovante de retirada do Edital e do seu envio na forma estabelecida exime a **PBGÁS** da comunicação aos interessados de eventuais retificações ocorridas no instrumento convocatório, bem como de quaisquer informações adicionais.

3 – ALTERAÇÕES E/OU ESCLARECIMENTOS

3.1 - O licitante é responsável pela verificação e identificação de todos os documentos que integram este Edital. Se o licitante encontrar discrepâncias ou omissões nestes documentos, ou ainda julgar necessários quaisquer esclarecimentos ou informações adicionais, deverá dirigir-se por escrito à **CPL**, no endereço mencionado a seguir, solicitando tais esclarecimentos:

À Companhia Paraibana de Gás - PBGÁS

REF.: Concorrência nº 001/2014

Av. Presidente Epitácio Pessoa, 4756, Cabo Branco, João Pessoa/PB

CEP: 58.045-000

TELEFONE: (83) 3219-1705

FAX: (83) 3247-2244

Email: CPL@pbgas.com.br

ATT.: COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

3.1.1 – As solicitações de esclarecimentos deverão ser apresentadas até o 3º (terceiro) dia útil que anteceder a data fixada para abertura desta Licitação de forma a permitir que a **PBGÁS**, diante da complexidade do objeto e da própria solicitação, possa respondê-las em tempo hábil.

3.2 – Os esclarecimentos prestados a qualquer dos licitantes serão publicados no site da PBGÁS, sendo a responsabilidade dos licitantes acompanhar as publicações no site, sem identificação de origem do questionamento até o último dia útil que anteceder a data fixada para abertura dos envelopes.

3.2.1 – A não apresentação de solicitação de esclarecimentos implicará na tácita aceitação dos elementos fornecidos, pressupondo-se que os documentos são suficientemente claros e precisos para permitir a apresentação dos documentos de habilitação e propostas, não cabendo, em nenhuma hipótese, direito a qualquer reivindicação posterior com base em alegações de imperfeições, omissões ou falhas nos referidos elementos.

3.3 – A **CPL** poderá emitir Alterações e/ou Esclarecimentos aos documentos que integram este Edital, para revisar e/ou modificar quaisquer de suas partes, observando o Artigo 21, § 4º da Lei nº. 8.666/93 e demais alterações posteriores.

3.4 – As Alterações e/ou Esclarecimentos serão numerados cronologicamente e passam a integrar o Edital.

3.5 – Quaisquer esclarecimentos ou informações prestadas verbalmente não serão considerados como argumento para impugnações, reclamações ou reivindicações por parte dos licitantes

3.6 – Os licitantes não devem utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária - INVÓLUCRO Nº 1, a identificação da sua PROPOSTA perante a Subcomissão Técnica.

3.7 – A **CPL** poderá emitir Alterações e/ou Esclarecimentos aos documentos que integram este Edital, para revisar e/ou modificar quaisquer de suas partes, observando o Artigo 21, § 4º da Lei nº. 8.666/93 e demais alterações posteriores.

4 – CONDIÇÕES PARA PARTICIPAÇÃO

4.1 – Poderão participar da presente Licitação as empresas brasileiras ou estrangeiras em funcionamento no país, legalmente constituídas e estabelecidas, que atendam às condições exigidas neste Edital, sendo vedada a participação em Consórcio.

4.2 – É vedada a participação de empresas que, na data de sua abertura, apresentem quaisquer das seguintes situações:

- a) Possuam entre seus dirigentes, gerentes, sócios, responsáveis legais ou técnicos, membros do conselho técnico, fiscal, consultivo, deliberativo ou

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

administrativo, qualquer pessoa que seja membro da Administração da **PBGÁS**;

b) Estejam cumprindo sanção de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, aplicada por qualquer órgão da Administração Pública;

c) Estejam cumprindo sanção de suspensão temporária de participação em Licitação e impedimento de contratar com a **PBGÁS**;

d) Que se enquadrem em qualquer das hipóteses previstas no art. 9º da Lei nº 8.666/93.

e) Que apresente o Envelope Nº 1 diferente daquele fornecido pela **CPL**.

4.3 – A participação na presente Licitação implica e fará prova de que o licitante:

a) Conhece e concorda com todas as especificações e condições do Edital e seus anexos, com aceitação integral e irrevogável de todos os seus termos, cláusulas e condições, submetendo-se às condições nele estabelecidas;

b) Não tem dúvidas sobre quaisquer documentos que compõem o Edital, não podendo reivindicar posterior desconhecimento ou falta de recebimento de quaisquer das partes que o integram; e,

c) Considerou que o Edital e seus anexos referentes a esta Licitação permitiram a elaboração de uma proposta totalmente satisfatória.

d) A confirmação de que recebeu o Envelope Nº 1 fornecido pela **CPL**, bem como todos os documentos e informações necessárias à participação deste certame.

5 – REPRESENTAÇÃO E CREDENCIAMENTO

5.1 – As empresas interessadas poderão estar presentes por meio de um representante legal, com poderes para intervir nas fases do procedimento licitatório, devendo, no ato de entrega dos envelopes, apresentar documento de credenciamento de acordo com o “Modelo de Carta de Credenciamento” (**Anexo 8**), separadamente dos envelopes, acompanhado de documento que o identifique como representante do licitante, de acordo com uma das seguintes formas.

5.1.1 – Em sendo procurador legalmente constituído para tal fim, deverá apresentar instrumento público de procuração ou instrumento particular, com firma reconhecida em cartório, assinada pelo representante legal da empresa, acompanhada de cópia da cédula de identidade ou outro documento de identificação pessoal de fé pública e cópia autenticada do respectivo Estatuto ou Contrato Social em vigor, devidamente registrado no órgão de registro de comércio competente.

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

5.1.2 – Em sendo sócio, proprietário, dirigente ou assemelhado da Empresa licitante, deverá apresentar cópia da cédula de identidade ou outro documento de identificação pessoal de fé pública, acompanhada da cópia do respectivo Estatuto ou Contrato Social em vigor, devidamente registrado no órgão de registro de comércio competente, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura. Em caso de administrador eleito em ato apartado, deverá ser apresentada cópia da ata de reunião ou assembléia em que se deu a eleição.

5.2 – A ausência do documento de credenciamento ou sua incorreção não excluirá o licitante do certame, porém impedirá o representante de manifestar-se ou praticar qualquer ato inerente à Licitação.

5.3 – Em todas as fases desta Concorrência será admitido apenas um representante por licitante e não será admitida a participação de um mesmo representante para mais de um licitante.

6 – APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

6.1 – Os documentos deverão ser acondicionados em envelopes identificados conforme a seguir:

ENVELOPE Nº 1

6.2 – O ENVELOPE Nº 1 deverá conter a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, elaborado com base no *briefing*, composto de, conforme determina o art. 7º da Lei 12.232/2010:

I – raciocínio básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da PBGÁS, a compreensão do licitante sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

II – estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela PBGÁS;

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

IV – estratégia de mídia e não mídia, em que o 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*, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

6.3 – Somente será aceita pela **CPL** a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária no ENVELOPE Nº 1, o qual será fornecido pela PBGÁS e a pedido do licitante.

6.4 – O ENVELOPE Nº 1 será padronizado e fornecido previamente pela PBGÁS sem nenhum tipo de identificação na parte externa, para preservar, até a abertura do ENVELOPE Nº 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária.

6.5 – O ENVELOPE Nº 1 deverá ser retirado na PBGÁS, mediante recibo identificado, no endereço e horários indicado na folha de rosto deste edital.

6.6 – O ENVELOPE Nº 1 deverá estar fechado, sem rubrica ou qualquer tipo de identificação.

6.7 – Para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária a **CPL** não receberá o ENVELOPE Nº 1 que:

- a) Possua alguma forma de identificação;
- b) Apresente marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação do licitante;
- c) Esteja danificado no manuseio/transporte ou deformado pelas peças e demais documentos nele acondicionados.

ENVELOPE Nº 2

6.8 – O ENVELOPE Nº 2 (Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária) terá o mesmo teor da Via Não Identificada, sem os exemplos de peças referentes à Idéia Criativa, nos termos do artigo 9º, § 2º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

6.9 – O ENVELOPE Nº 2 deverá ser fechado e rubricado no fecho, e identificado em seu exterior com os seguintes dados:

ENVELOPE Nº 2 PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA (RACIOCÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA E ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA)

NOME E CNPJ DO LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

6.10 – O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada - deverá ser datado e assinado na última página, bem como rubricado nas demais por quem detenha poderes de representação do licitante.

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

ENVELOPE Nº 3

6.11 – O ENVELOPE Nº 3 deverá conter os documentos relativos à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

6.12 – O ENVELOPE Nº 3 deverá ser fechado e rubricado no fecho, e identificado em seu exterior com os seguintes dados:

ENVELOPE Nº 3

PROPOSTA TÉCNICA – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO,
REPERTÓRIO E RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE
COMUNICAÇÃO

NOME E CNPJ DO LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

6.13 – O ENVELOPE Nº 3 e os documentos nele acondicionados terão a identificação do licitante. Os documentos serão assinados na última página e rubricados nas demais.

6.14 – O ENVELOPE Nº 3 e os documentos nele contidos não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada - ENVELOPE Nº 1 - e que permita a identificação da autoria deste, antes da abertura do ENVELOPE Nº 2.

ENVELOPE Nº 4

6.15 – A Proposta de Preços deverá ser acondicionada no ENVELOPE Nº 4.

6.16 – O ENVELOPE Nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, ser identificado em seu exterior com os seguintes dados:

ENVELOPE Nº 4

PROPOSTA DE PREÇOS

NOME E CNPJ DO LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

ENVELOPE Nº 5

6.17 – O ENVELOPE Nº 5 deverá acondicionar os documentos de HABILITAÇÃO dos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do art. 11 da Lei 12.232/2010.

6.18 – O ENVELOPE Nº 5 deverá ser fechado e rubricado no fecho, e identificado com os seguintes dados:

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

ENVELOPE Nº 5

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

NOME E CNPJ DO LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

6.19 – O ENVELOPE Nº 5 deverá ser apresentado pelos licitantes após a publicação do resultado do julgamento final das Propostas.

6.20 – Os documentos de Habilitação que constituirão o conteúdo do ENVELOPE Nº 5 estão relacionados no Anexo 5.

6.21 – Os ENVELOPES Nº 1, 2, 3 e 4 serão recebidos pela **CPL** na data, hora e local de realização da 1ª sessão.

6.22 – Os ENVELOPES Nº 2, 3, 4 e 5 serão providenciados pelo licitante e poderão ser constituídos por embalagem(ns) adequada(s) às características de seu conteúdo, desde que inviolável(is) quanto às informações de que tratam, até a sua abertura.

6.23 – A **CPL** e/ou a Subcomissão Técnica não lançará nenhum código, sinal ou marca nos ENVELOPES padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de Comunicação Publicitária.

6.24 – O ENVELOPE Nº 5, contendo os documentos de Habilitação descritos no Anexo 5 serão abertos em Sessão Pública específica, cujo local e data serão previamente divulgados na imprensa Oficial.

7 – PROCEDIMENTO LICITATÓRIO

7.1 – O presente certame será conduzido de acordo com os procedimentos estabelecidos neste Edital e na legislação em vigor.

7.2 – A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item Credenciamento.

7.3 – Serão realizadas sessões públicas para recebimento e abertura dos invólucros, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação em vigor.

7.4 – De todas as sessões públicas, será lavrada ata circunstanciada, a ser assinada pelos membros da **CPL** e pelos representantes dos licitantes presentes.

7.4.1 – Havendo acordo, e mediante lavratura em ata, os representantes dos licitantes presentes poderão nomear apenas alguns entre eles para rubricar as Propostas e os Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

7.5 – Poderão ser admitidas, a critério da **CPL**, alterações formais destinadas a sanar evidentes erros formais que não impliquem alteração do conteúdo das

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

Propostas e Documentos de Habilitação, e desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência.

7.6 – A **CPL** poderá, em qualquer fase do processo, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório.

7.7 – Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos ENVELOPES Proposta Técnica e de Preços.

7.8 – A **CPL** poderá alterar as datas ou as pautas das reuniões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicadas.

7.8.1 – Salvo disposição expressa em contrário, ocorrendo decretação de feriado ou qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, todas as datas constantes deste edital serão transferidas, automaticamente, para o primeiro dia útil de expediente normal na **PBGÁS**.

7.9 – À exceção da Proposta Técnica, que será analisada e julgada por uma Subcomissão Técnica, todos os demais procedimentos e julgamentos inerentes a este processo licitatório serão de responsabilidade da **CPL**, a qual será responsável pela condução das sessões públicas e pela composição do processo até o seu encerramento.

7.10 – Os ENVELOPES dos licitantes desclassificados ou inabilitados que não puderem ser devolvidos nas sessões públicas ficarão à disposição dos interessados pelo prazo de 60 (sessenta) dias contados da publicação no D.O.E. do julgamento final desta Concorrência, após o que serão destruídos.

PRIMEIRA SESSÃO

7.11 – Dado início aos trabalhos na sessão pública de recebimento dos ENVELOPES PROPOSTA TÉCNICA E DE PREÇOS, a **CPL** identificará os representantes dos licitantes, por meio do documento de procuração - Anexo 8 deste Edital e de acordo com o disposto no item 5 - Credenciamento.

7.12 – Em seguida serão recebidos os ENVELOPES nº 1, 2, 3 e 4, ocasião em que a **CPL** fará o exame da conformidade dos INVÓLUCROS com os critérios especificados neste edital para sua apresentação. Havendo qualquer menção ao nome, marca, sinal, etiqueta, esteja danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele acondicionados, ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação do licitantes no ENVELOPE Nº 1, os ENVELOPES não serão recebidos.

7.13 – Após o encerramento do prazo para recebimento dos ENVELOPES, que será declarado pela **CPL** na sessão pública, nenhum outro ENVELOPE, documento ou embalagem será recebido.

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

7.14 – A **CPL** e os licitantes ou os representantes nomeados de acordo com o item 7.4.1 rubricarão, no fecho, o ENVELOPES Nº 2 e 4, que permanecerão fechados, sob a sua guarda e responsabilidade.

7.15 – Concluída essa etapa, serão apresentados os documentos do ENVELOPE Nº 1 contendo a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária e do ENVELOPE nº 3, contendo os documentos referentes à Capacidade de atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problema de Comunicação.

7.16 – A **CPL** colocará os documentos contidos nos ENVELOPES Nº 1 e 3 para exame, devendo estes serem rubricados por todos os presentes, ou por representantes eleitos por eles, de acordo com o item 7.4.1.

7.17 – Antes do procedimento previsto no item 7.16 a **CPL** adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes dos licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária.

7.18 – Se, ao examinar os conteúdos dos ENVELOPES Nº 1 e Nº 3, a **CPL** e/ou os representantes dos licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a **CPL** desclassificará o licitante e ficará de posse de todos os seus ENVELOPES até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

7.19 – A **CPL** não lançará nenhum código, sinal ou marca nos ENVELOPES padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, conforme inciso XIII da Lei nº 12.232/2010.

7.20 – Havendo desistência expressa de todos os licitantes de interpor recursos em relação às decisões tomadas pela **CPL** na primeira sessão, os procedimentos licitatórios terão continuidade. Caso contrário, a **CPL** divulgará o resultado no Diário Oficial do Estado, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis contados da data da publicação para a interposição de recursos.

7.21 – Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência, ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a **CPL** encaminhará os ENVELOPES nº 1 para análise individualizada e julgamento, em sessão privada, da Subcomissão Técnica.

7.22 – Os documentos dos ENVELOPES Nº 1, 2, 3 e 4 serão guardados em caixas lacradas distintas. Os lacres serão rubricados pela **CPL** e pelos licitantes ou pelos representantes nomeados de acordo com o item 7.4.1.

7.23 – As caixas serão mantidas pela **CPL** em local seguro.

7.24 – Feita a análise individualizada e o julgamento técnico do conteúdo do ENVELOPE nº 1, a Subcomissão Técnica entregará à **CPL**, os seguintes documentos:

a) Planilha contendo as pontuações de cada licitante relativa aos quesitos analisados;

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

b) Justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações, em cada caso;

c) Ata de julgamento das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária assinada por todos os membros da Comissão Técnica;

d) As vias apócrifas dos Planos de Comunicação Publicitária, com a indicação da pontuação final de cada um deles.

7.25 – Após a entrega dos documentos relativos ao julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária e a apresentação da pontuação, a **CPL** encaminhará à Subcomissão Técnica as caixas lacradas contendo os documentos constantes dos ENVELOPES Nº 3 para análise.

7.26 – Feita a análise individualizada e o julgamento técnico do conteúdo do ENVELOPE nº 3, a Subcomissão Técnica entregará à **CPL** os seguintes documentos:

a) Planilha contendo a pontuação final de cada licitante relativa aos quesitos analisados;

b) As justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações, em cada caso;

c) Ata de julgamento das propostas referentes à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problema de Comunicação assinada por todos os membros da Comissão Técnica;

d) Todas as propostas referentes à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções dos licitantes.

7.27 – Será atribuída pontuação à proposta técnica desclassificada por descumprir o edital, exceto no tocante às condutas vedadas nos itens 7.27.1 e 7.27.2, cuja planilha ficará acondicionada em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica até que se expire o prazo para recurso:

7.27.1 – será vedada a aposição, em qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do invólucro que contém sua via identificada;

7.27.2 – será vedada a aposição no invólucro referente à capacidade de atendimento, ao repertório e ao relato de soluções de problemas de comunicação, assim como nos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação da autoria do plano de comunicação publicitária, em momento anterior à abertura do invólucro que contém sua via identificada;

7.28 – As planilhas a que se referem as alíneas “a” dos itens 7.24 e 7.26 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro da Comissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária,

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

SEGUNDA SESSÃO

7.29 – Após a análise e pontuação das Propostas Técnicas (ENVELOPES Nº 1 e Nº 3) os licitantes serão convocados a comparecer a sessão pública para a apuração do resultado geral das Propostas Técnicas com os seguintes procedimentos:

7.29.1 – Abertura do ENVELOPE Nº 2 – via identificada do Plano de Comunicação Publicitária;

7.29.2 – Cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

7.29.3 – Elaboração de planilha geral das pontuações atribuídas ao plano de comunicação publicitária e, separadamente, aos demais quesitos de cada proposta.

7.30 – Caso o cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária seja feito na própria reunião, estando presentes todos os representantes dos licitantes, a **CPL** proclamará o resultado final do julgamento da Proposta Técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação das demais, organizada pelo nome dos licitantes, e:

7.30.1 – Havendo tempo hábil e desistência de todas os licitantes da intenção de interpor recursos, mediante manifestação formal de todos, registrada em ata, os ENVELOPES Nº 4 – Proposta de Preços - poderão ser abertos em ato contínuo.

7.30.2 – Não havendo tempo hábil, ou não havendo desistência de todos os licitantes da intenção de interpor recurso, a **CPL** divulgará o resultado final do julgamento das Propostas Técnicas e abrir-se-á o prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recursos, sendo marcada a data para a abertura dos ENVELOPES Nº 4.

7.31 – Em caso de não ocorrer o previsto no item 7.30.1, o resultado será publicado no Diário Oficial do Estado, iniciando-se o prazo para interposição de recursos a partir da divulgação.

TERCEIRA SESSÃO

7.32 – Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido sua desistência, ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a **CPL** convocará os licitantes para participar da sessão pública para a abertura dos ENVELOPES Nº 4 – Proposta de Preços.

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

7.33 – Será conferido o(s) lacre(s) da(s) caixa(s) contendo o ENVELOPE Nº 4 antes de sua abertura.

7.34 – Após abertos os ENVELOPES Nº 4, as Propostas de Preço neles contidas serão rubricadas pelos membros da **CPL** e pelos representantes previamente credenciados dos licitantes presentes ou por aqueles nomeados de acordo com o item 7.4.1.

7.34.1 – O Invólucro “4” conterá a Planilha de Preços sujeitos a valoração, a ser preenchida apenas com as informações constantes do Anexo 4.

7.35 – Examinado o cumprimento das exigências fixadas neste Edital para a elaboração da Proposta de Preço, será procedido o seu julgamento e identificação da Proposta de menor preço, e dado conhecimento aos representantes dos licitantes, conforme determina o inciso IX do §4º do art. 11 da Lei 12.232/2010:

7.35.1 – uma vez classificadas as propostas técnicas, proceder-se-á à abertura das propostas de preço dos licitantes que tenham atingido a valorização mínima estabelecida no instrumento convocatório e à negociação das condições propostas, com o licitante melhor classificado, com base nos orçamentos detalhados apresentados e respectivos preços unitários e tendo como referência o limite representado pela proposta de menor preço entre os licitantes que obtiveram a valorização mínima;

7.35.2 – no caso de impasse na negociação anterior, procedimento idêntico será adotado, sucessivamente, com os demais licitantes, pela ordem de classificação, até a consecução de acordo para a contratação;

7.35.3 – as propostas de preços serão devolvidas intactas aos licitantes que não forem preliminarmente habilitados ou que não obtiverem a valorização mínima estabelecida para a proposta técnica.

7.36 – Estando presentes os representantes de todos os licitantes, será realizada com os classificados na fase da Proposta Técnica, que não tenham apresentado a Proposta de Menor Preço, a negociação prevista no Inciso II do par. 1º do art. 46 da Lei 8.666/1993, tendo como referência a proposta de menor preço entre os licitantes classificados.

7.37 – Somente os representantes legais dos licitantes poderão participar da negociação descrita nos itens 7.36.

7.38 – Será declarado vencedor do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preço, o licitante classificado na Proposta Técnica que concordar em praticar o menor preço oferecido pelo (s) licitante (s) ganhador (s) da Proposta de Preços.

7.39 – Após o julgamento e a negociação prevista no item 7.37, a **CPL** divulgará o resultado, conforme inciso X, §4º do art. 11 da Lei 12.232.2010, e:

7.39.1 – Havendo desistência de todos os licitantes da intenção de interpor recurso, mediante manifestação formal dos mesmos, registradas em

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

ata, será divulgado o resultado final da classificação e será marcada nova sessão pública para o recebimento dos ENVELOPES Nº 5 – HABILITAÇÃO – do (s) licitantes (s) classificado(s); ou:

7.39.2 – Não havendo desistência de todos os licitantes da intenção de interpor recurso, a **CPL** encerrará a sessão, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recursos.

QUARTA SESSÃO

7.40 – Não havendo interposição de recurso ou manifestado a desistência deste, ou ainda sendo julgados os recursos interpostos e publicado o resultado, o(s) licitante (s) cuja(s) proposta(s) tenha(m) sido classificada(s) será(ao) convocado(s) para a apresentação do ENVELOPE Nº 5 – HABILITAÇÃO.

7.41 – O ENVELOPE Nº 5 – HABILITAÇÃO de todos os licitantes classificados será recebido em Sessão Pública, para abertura e análise da conformidade de seu conteúdo com as condições estabelecidas na legislação em vigor e neste Edital.

7.42 – Após identificados os representantes dos licitantes, serão recebidos e abertos os ENVELOPES Nº 5, os Documentos de Habilitação neles contidas serão rubricadas pelos membros da **CPL** e pelos representantes previamente credenciados dos licitantes presentes ou por aqueles nomeados de acordo com o item 7.4.1.

7.43 – Caso a documentação seja analisada na própria Sessão e estando presentes todos os representantes dos licitantes, e havendo manifestação expressa da desistência de interposição de recursos registrada em ata, a **CPL** divulgará o resultado da habilitação, e providenciará sua publicação no DOE, nos termos da Legislação.

7.44 – Habilitados os licitantes, o procedimento será homologado e o objeto será adjudicado ao licitante melhor classificado.

8 – SUBCOMISSÃO TÉCNICA

8.1 – Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação – **CPL**, exceto a análise e julgamento das Propostas Técnicas, que será feita pela Subcomissão Técnica.

8.2 – A Subcomissão Técnica será constituída por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que pelo menos 01 (um) deles não terá vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Governo da Paraíba.

8.3 – A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública a ser realizada antes da Sessão descrita nos itens 7.11 e seguintes, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 9 (nove)

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

integrantes, previamente cadastrados, respeitando-se a constituição descrita no item 8.2.

8.4 – Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos ENVELOPES.

8.5 – Caberá à Subcomissão Técnica:

8.5.1 – Analisar individualmente e julgar o Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação em conformidade com os termos deste Edital;

8.5.2 – Desclassificar os licitantes que desatenderem as exigências legais e as estabelecidas neste Edital, em especial as relacionadas a aposição de marca, sinal, etiqueta ou palavra que possibilite a identificação dos licitantes nos ENVELOPES e/ou documentos neles contidos, conforme item 6.7.

8.5.3 – Produzir e encaminhar à **CPL** todos os documentos necessários ao atendimento dos termos deste Edital, relativos ao julgamento da qualificação técnica dos licitantes, neles compreendidas as planilhas com as pontuações dos quesitos e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram, em cada caso, bem como elaborar ata da sessão de julgamento;

8.5.4 – Manifestar-se, em caso de eventuais recursos dos licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitada pela **CPL**.

9 – PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPES Nº 1, 2 e 3)

9.1 – A Proposta Técnica consistirá em quatro quesitos: Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problema de Comunicação. As orientações para a elaboração da Proposta Técnica estão descritos no Anexo 2 do Edital.

9.2 – Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os atributos da Proposta, em cada quesito e subquesito relacionados no Anexo 2 do Edital.

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

9.4 – O julgamento das Propostas Técnicas será feito pela Subcomissão Técnica nomeada conforme o item 8 deste Edital.

10 – PROPOSTA DE PREÇOS (ENVELOPE Nº 4)

10.1 – A proposta de preços deverá ser apresentada com a identificação do licitante, redigida com clareza, sem emendas, rasuras, acréscimos ou entrelinhas, datada, assinada na última folha e rubricada nas demais pelo responsável ou procurador do licitante devidamente credenciado, elaborada nos termos da minuta constante do Anexo 4.

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

10.2 – Os critérios apresentação e julgamento da Proposta de Preços encontram-se no Anexo 3.

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

10.4 – O julgamento final das Propostas desta Concorrência será feito de acordo com o previsto no inciso IX, §4º do art. 11 da Lei 12.232/2010.

11 – HABILITAÇÃO

11.1 – No local, data e hora estabelecidos, os interessados deverão entregar à **CPL** os documentos de habilitação, em envelope individual, não transparente, devidamente lacrado e rubricado no fecho, constando no anverso os seguintes dizeres:

Envelope 5

Documentação para Habilitação

CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

(Razão Social do licitante)

11.2 – A documentação exigida para a habilitação, descrita no **ANEXO 5**, deverá ser apresentada em 01 (uma) via preferencialmente encadernada, de forma a não conter folhas soltas, em original, ou cópia da frente e do verso, autenticada por cartório; publicação em órgão da imprensa oficial ou, ainda, por cópias simples, desde que acompanhadas dos respectivos originais para serem conferidos e autenticados pela **CPL**, preferencialmente até 48 (quarenta e oito) horas antes da data de abertura do certame e deverão ter todas as suas páginas preferencialmente numeradas em ordem crescente e rubricadas pelo representante legal do licitante.

11.3 – Os licitantes que não atenderem as condições a seguir descritas (habilitação jurídica, regularidade fiscal, qualificação econômico-financeira e/ou técnica e declaração relativa à Legislação do Menor) estarão impedidos de participar da fase subsequente da Licitação.

12 – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

12.1 – Aquele que apresentar documentação falsa, ensejar o retardamento da execução do seu objeto, não mantiver a proposta, falhar ou fraudar na execução do contrato, comportar-se de modo inidôneo, fizer declaração falsa ou cometer fraude fiscal e que, convocado dentro do prazo de validade de sua proposta, não assinar o contrato, ficará sujeito às seguintes sanções, sem

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

prejuízo da reparação dos danos causados à PBGÁS pelo infrator, na forma da legislação.

12.2 – As seguintes sanções poderão ser aplicadas aos licitantes, sem prejuízo da reparação dos danos causados à PBGÁS pelo infrator, na forma da legislação:

12.2.1 – advertência;

12.2.2 – multa;

12.2.3 – suspensão temporária do direito de licitar e contratar com a PBGÁS por período não superior a 2 (dois) anos ou enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição, ou, ainda, até que seja promovida a reabilitação perante a autoridade que aplicou a penalidade; e

12.2.4 – Declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

12.2.5 – Inclusão do fornecedor impedido de licitar com a Administração Pública no CAFIL – PB (Cadastro de Fornecedores Impedido de Licitar com a Administração Pública Estadual), conforme Lei Estadual nº 9.697 de 08 de maio de 2012.

12.3 – Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, que prevê defesa prévia do interessado e recurso nos prazos definidos em lei, sendo-lhe franqueada vista ao processo.

13 – DISPOSIÇÕES GERAIS

13.1 – A presente licitação não obriga necessariamente em contratação, podendo a PBGÁS revogá-la ou anulá-la, no todo ou em parte, por razões de interesse público, derivadas de fato superveniente, ou anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação, mediante ato escrito e fundamentado, disponibilizado para conhecimento dos licitantes. A PBGÁS poderá, ainda, prorrogar, a qualquer tempo, os prazos para recebimentos dos ENVELOPES ou para sua abertura.

13.2 – O licitante é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação. A falsidade de qualquer documento apresentado ou a não veracidade das informações nele contidas implicará a imediata desclassificação do licitante que o tiver apresentado, ou, caso tenha sido a vencedora, a rescisão do contrato, sem prejuízo das demais sanções cabíveis.

13.3 – É facultado à **CPL** ou à autoridade a elas superior, em qualquer fase da licitação, promover diligências com vistas a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documentos. Neste

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

caso, ficarão suspensos todos os prazos eventualmente em curso, até o término efetivo das diligências promovidas.

13.4 – O licitante intimado deverá prestar os devidos esclarecimentos adicionais, por escrito, no prazo determinado pela **CPL**, sob pena de inabilitação/desclassificação.

13.5 – Todas as decisões deste Edital, assim como os compromissos assumidos pelo licitante vencedor, em sua proposta e seus respectivos anexos, farão parte do contrato, independentemente de transcrição.

13.6 – Todas as decisões referentes a este processo licitatório serão comunicadas aos licitantes mediante intimação, a qual poderá se dar nas próprias reuniões – se presentes representantes de todas os licitantes -ou por qualquer meio de comunicação que comprove o recebimento, ou, ainda, mediante publicação no Diário Oficial do Estado – DOE.

13.7 – Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas no Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pelo licitante vencedor que tenham servido de base para o julgamento das Propostas.

13.8 – No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, o licitante que vier a ser CONTRATADO deverá comprovar que possui, em João Pessoa- PB, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados pela PBGÁS.

13.9 – O licitante se obriga a manter, durante todo o processo, inclusive durante a execução do contrato, as condições de qualificação técnica e habilitação exigidas nesta Concorrência.

13.10 – Até a assinatura do contrato, o licitante vencedor poderá ser desclassificado caso envolva-se em atos ou fatos desabonadores, independentemente de solicitação, respeitados os princípios do contraditório e da ampla defesa.

13.10.1 – Se ocorrer a desclassificação do licitante vencedor por fatos referidos no item precedente, a PBGÁS poderá convocar os licitantes remanescentes, por ordem de classificação, ou revogar esta Concorrência.

13.11 – Se o licitante declarado vencedor se recusar a constituir a garantia contratual ou a assinar o contrato, a PBGÁS aplicará multa compensatória de 10% (dez por cento), calculada sobre o valor total estimado da contratação, além de poder aplicar as demais sanções e penalidades previstas no item 12.

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

13.13 – Havendo indícios de conluio entre os licitantes ou de qualquer ato de má fé, a PBGÁS adotará as providências cabíveis junto aos Órgãos competentes do Poder Público.

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

13.14 – É vedado aos licitantes tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, de acordo com o art. 93 da Lei 8.666/1993.

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

13.16 – Os casos não previstos neste Edital serão decididos pela Subcomissão Técnica e pela Comissão Permanente de Licitação – conforme o caso.

13.17 – O foro designado para julgamento de quaisquer questões judiciais resultantes deste Edital será o da Circunscrição Judiciária de João Pessoa-PB;

13.18 – O licitante contratado deverá, obrigatoriamente, reservar até 5% das vagas para sentenciados que estejam em regime semiaberto, aberto e egressos do sistema penitenciário, em conformidade com o Decreto nº 32.383 de 29 de agosto de 2011.

14 – DOS PRAZOS

14.1 – O contrato terá vigência de doze meses, prorrogável, caso seja necessário, nos termos do art. 57 da Lei n.º 8.666/93, e se iniciará a partir da data de sua assinatura.

15 – ADJUDICAÇÃO, HOMOLOGAÇÃO E REQUISITOS DE CONTRATAÇÃO

15.1 – Adjudicação e Homologação

15.1.1 – Declarado o vencedor, a **CPL**, por despacho nos autos do processo de licitação, remeter-lhes-á ao Diretor Presidente da PBGÁS para sua decisão final.

15.1.2 – Após o procedimento do item 15.1.1, o licitantes será então convocado a assinar o instrumento contratual, conforme a MINUTA DE CONTRATO, no ANEXO 14 deste Edital, no prazo máximo de 05 (cinco) dias, contados do recebimento da convocação.

15.1.2.1 – Este prazo é prorrogável por uma única vez e por igual período, mediante justificação feita pela empresa e aceita pela PBGÁS.

15.1.2.2 – Caso a empresa esteja situada fora do Município de João Pessoa/PB, o contrato poderá, a critério da PBGÁS, ser enviado via correios, devendo a empresa devolver o instrumento devidamente assinado e

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

acompanhado da documentação exigida no item 15.2, no prazo estabelecido no subitem 15.1.2.

15.1.2.3 – Ao vencedor que convocado a assinar o termo de contrato no prazo de validade de sua proposta, vier a desistir de assiná-lo, ser-lhe-á atribuída a penalidade de suspensão temporária de licitar com a PBGÁS, pelo prazo de até 02 (dois) anos, e multa de 1% (um por cento) do valor máximo orçado pela PBGÁS, estabelecido no item 1.2 deste edital.

15.1.2.4 – A mesma sanção do item anterior será aplicada ao licitante que não atender às exigências do item 15.2.1 a 15.2.2.

15.2 – Dos requisitos de contratação

15.2.1 – Para a celebração do contrato, o licitante adjudicatário será convocado e deverá entregar à PBGÁS, no prazo de 05 (cinco) dias:

a) os documentos a que se referem os item 4 do **ANEXO 5**, deste Instrumento Convocatório;

b) certidão negativa de recuperação judicial, extrajudicial ou falência, expedida pelo distribuidor da sede do licitante, com data posterior à homologação.

15.2.2 – Apresentada a documentação do item 15.2.1, será a mesma analisada pela Coordenação de Contratação da PBGÁS que emitirá breve parecer do atendimento das condições de contratação, tudo no prazo de 05 dias.

15.2.3 – Caso os documentos não atendam às condições do Edital, será dado ao licitante o prazo de 05 dias para tomar as providências adequadas.

15.2.4 – A não apresentação da documentação mencionada, a sua apresentação irregular, ou ainda, o não comparecimento do licitante adjudicatário, importará na decadência do direito de contratar sem prejuízo das sanções previstas nos art. 81 e 87 da Lei 8.666/93 e neste Edital.

15.2.5 – É facultado à Administração, quando o convocado não assinar o termo de contrato ou não aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo e condições estabelecidos, convocar licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pelo primeiro classificado, inclusive quanto aos preços atualizados de conformidade com o ato convocatório, ou revogar a licitação independentemente da cominação prevista no artigo 81 da Lei 8.666/93.

16 – DAS IMPUGNAÇÕES

16.1 – Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar este edital, devendo protocolar o pedido até 5 (cinco) dias úteis antes da data fixada para a abertura dos envelopes de habilitação, devendo a Administração julgar e responder à impugnação em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 1º do art. 113 da Lei 8.666/93.

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

16.2 – As impugnações ao Edital deverão ser formalizadas e protocoladas junto à PBGÁS, no endereço e horário constante da folha de rosto deste Edital e seu encaminhamento dar-se-á por intermédio da **CPL**.

16.3 – Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital, o licitante que não o fizer até o segundo dia útil que anteceder o recebimento das propostas, as falhas ou irregularidades que o viciariam, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso.

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

17 – DOS RECURSOS

17.1 – Dos atos praticados pela **CPL** cabe recurso no prazo de 05 (cinco) dias úteis, aplicando-se as disposições contidas no art. 109, I e II da Lei 8.666/93.

17.2 – Os recursos e quaisquer outros procedimentos contestatórios aos atos da **CPL** deverão ser dirigidos à Autoridade Superior por intermédio do Presidente da **CPL**.

17.3 – Interposto o recurso serão intimados os demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

17.4 – O recurso será dirigido a autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, à qual poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 05(cinco) dias úteis ou, neste mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado. Neste caso, a decisão do Diretor Presidente será proferida em 05 (cinco) dias úteis contados do recebimento do recurso.

18. DA GARANTIA

18.1 – Cada CONTRATADO entregará à PBGÁS comprovante de garantia, na modalidade caução em dinheiro e/ou fiança bancária e/ou seguro-garantia, no valor de 5% (cinco por cento) do valor do Contrato, como forma de garantir a perfeita execução do seu objeto.

18.1.1 – O comprovante de garantia deverá ser entregue, no endereço da PBGÁS, bem como deverá ser entregue cópia do supracitado comprovante no momento da assinatura do contrato.

18.2 – A garantia responderá pelo fiel cumprimento das disposições do contrato, ficando a PBGÁS autorizado a executá-la para cobrir multas, indenizações ou pagamento de qualquer obrigação, inclusive em caso de rescisão.

18.3 – Utilizada a garantia, o CONTRATADO obriga-se a integralizá-la no prazo de 5 (cinco) dias úteis contado da data em que for notificada formalmente pela PBGÁS.

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

18.4 – O valor da garantia somente será liberado ao CONTRATADO quando do término ou rescisão do contrato, desde que não possua dívida inadimplida com a PBGÁS e mediante expressa autorização deste.

18.5 – A garantia a ser apresentada responderá pelo cumprimento das obrigações do CONTRATADO eventualmente inadimplidas na vigência deste Contrato e da garantia, e não serão aceitas se o garantidor limitar o exercício do direito de execução ou cobrança ao prazo de vigência da garantia.

18.6 – Em caso de atualização do valor contratual estimado, a PBGÁS exigirá a complementação do valor da garantia, para que se mantenha o percentual estabelecido neste edital, podendo admitir que seja oferecida nova garantia, escolhida pelo CONTRATADO entre as modalidades ora previstas.

18.7 – Em caso de fiança bancária, deverão constar no instrumento, não sendo aceito pela PBGÁS fiança bancária que não atenda aos seguintes requisitos:

- a) prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato;
- b) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário e principal pagador, fará o pagamento à PBGÁS, dos prejuízos por este sofridos em razão de descumprimento das obrigações do CONTRATADO, independentemente de interpelação judicial;
- c) expressa renúncia do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos artigos 827 e 838 do Código Civil;
- d) cláusula que assegure a atualização do valor afiançado.

18.8 – No caso de seguro-garantia, a apólice deverá indicar:

- a) a PBGÁS como beneficiário;
- b) que o seguro garante o fiel cumprimento das obrigações assumidas pelo CONTRATADO neste contrato, inclusive as de natureza trabalhista e/ou previdenciária, até o valor da garantia fixado na apólice.

19 – DISPOSIÇÕES FINAIS

19.1 – Este edital é composto pelos seguintes anexos:

ANEXO 1 – DESCRIÇÃO DO OBJETO DA LICITAÇÃO

ANEXO 2 – PROPOSTA TÉCNICA: ORIENTAÇÕES PARA A ELABORAÇÃO E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

ANEXO 3 – PROPOSTA DE PREÇO: ORIENTAÇÕES PARA A ELABORAÇÃO E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

ANEXO 4 - MINUTA PROPOSTA DE PREÇO

ANEXO 5 – EXIGÊNCIAS PARA HABILITAÇÃO



EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

ANEXO 6 – BRIEFING DA CAMPANHA

ANEXO 7 – COMPROVANTE DE RETIRADA

ANEXO 8 – MODELO DE CREDENCIAMENTO

ANEXO 9 – QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

ANEXO 10 – MODELO DE DECLARAÇÃO SOBRE USO DE MÃO-DE-OBRA INFANTIL

ANEXO 11 – MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE E IMPEDITIVO DA HABILITAÇÃO

ANEXO 12 – DECLARAÇÃO ESPECIAL (EDITAL DE LICITAÇÃO)

ANEXO 13 – DECLARAÇÃO DE TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS

ANEXO 14 – MINUTA DO CONTRATO

ANEXO 15 – TABELA SINAPRO – PB (Não serão utilizados os valores previstos nesta tabela que não sejam objeto da presente licitação.)

19.2 – A entrega dos ENVELOPES de documentos de CREDENCIAMENTO, HABILITAÇÃO e PROPOSTAS implica a sujeição total do licitante aos termos deste Edital e de seus anexos.

19.3 – No caso de eventual divergência entre este Edital e seus anexos, prevalecerá o Edital e, permanecendo a divergência, caberá à **CPL** julgar, mediante decisão fundamentada, com base nos princípios que informam a Administração Pública e as regras específicas da Lei 8.666/93.

19.4 – É vedada a subcontratação ou a cessão do objeto deste Edital, salvo quando autorizado pela PBGÁS expressamente e por escrito.

19.5 – Por ocasião do pagamento, e de acordo com os termos do inciso II, do art. 7º, da Lei nº 10.128/2013, será retido 1,6% (um vírgula seis por cento) das empresas de médio porte ou superior e 1% (um por cento) das empresas de pequeno porte, em favor do Fundo Estadual de Apoio ao Empreendedorismo – Fundo Empreender PB, do Governo do Estado da Paraíba, incidente sobre o valor constante da nota fiscal, fatura ou recibo emitido pelo licitante CONTRATADO.

João Pessoa, 10 de fevereiro de 2014.

Isabela de Assis Guedes
Presidente da CPL

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 1

ANEXO 1 – DESCRIÇÃO DO OBJETO DA LICITAÇÃO

1. OBJETO

1.1 – Contratação de Agência Publicitária na modalidade “concorrência pública”, tipo “**melhor técnica**”, para atividades de serviços de propaganda institucional e de produto, a partir de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação e supervisão de compra e veiculação de mídia com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover à venda bens ou serviços, de difundir ideias, princípios e iniciativas que melhorem a imagem da Companhia e informem suas ações ao público em geral, bem como a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos, em consonância com as novas tecnologias.

1.1.1 - As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no objeto deste edital terão a finalidade de:

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

1.2 Será vedada a inclusão de quaisquer outras atividades no objeto desta Concorrência, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas, ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

1.4 A AGÊNCIA não poderá subcontratar outra(s) agência(s) de propaganda para a execução dos serviços previstos no item 1.1 e atuarão por conta e ordem da PBGÁS na contratação de:

- a) fornecedores de serviços especializados para a produção e a execução técnica das peças, campanhas e materiais e para a execução dos serviços conexos e complementares previstos no item 1.1.

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 1

b) veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários.

1.5 A AGÊNCIA realizará os serviços com recursos próprios ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores.

1.6 A AGÊNCIA atuará de acordo com solicitação da PBGÁS, indistinta e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços.

1.7 A AGÊNCIA deverá centralizar o comando da publicidade da PBGÁS em João Pessoa-PB e manter, nessa cidade, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados.

1.8 A AGÊNCIA contratada deve manter, à frente dos serviços, um representante credenciado por escrito, o qual será responsável pela direção dos serviços contratados e representará a AGÊNCIA perante a PBGÁS.

1.9 A AGÊNCIA contratada deverá possuir e manter, durante todo o período do contrato, uma área de comunicação/mídia digital.

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 2

ANEXO 2 – PROPOSTA TÉCNICA: ORIENTAÇÕES PARA A ELABORAÇÃO E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

1. Os licitantes deverão comprovar que atendem aos requisitos previstos na Lei 12.232/2010, Instrução Normativa SECOM Nº 4, de 21 de dezembro de 2010, e o disposto no Inciso IV do Art. 30 da Lei 8.666/1993.

2. O atendimento aos normativos acima referidos deverão ser comprovados por meio de Proposta Técnica estruturada em 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

2.1 Plano de Comunicação Publicitária

2.1.1 Os licitantes apresentarão Plano de Comunicação Publicitária elaborado com base no briefing constante do Anexo 6 deste Edital.

2.1.2 O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser elaborado em 2 (duas) vias – IDENTIFICADA e NÃO IDENTIFICADA – que deverão ser acondicionadas separadamente nos ENVELOPES Nº 1 e Nº 2, conforme estabelecido no edital.

2.1.3 A Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do ENVELOPE Nº 2.

2.1.4 A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, com a identificação da licitante, sem os exemplos de peças e ou material referentes à ideia criativa, e ser datada e assinada na última página e rubricada nas demais, pelo representante legal do licitante.

2.1.5 O Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação e Estratégia de Mídia e Não Mídia) deverá ser:

- em papel A4, branco;
- com espaçamento de 2 (dois) cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- com espaçamento simples entre linhas;
- com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;
- com todas as páginas numeradas em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- em caderno único, sem capas ou páginas divisórias e sem identificação da licitante.

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 2

2.1.6 Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráfico e/ou tabela, com a utilização de tons de cinza, com fonte arial tamanho 10;

2.1.7 Os gráficos e tabelas dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ser apresentados em papel A3 dobrado, sendo que as áreas ocupadas das duas páginas serão consideradas no cômputo do limite previsto no item 2.1.13;

2.1.8 Os exemplos de peças e ou material da ideia criativa devem ter formatos compatíveis com suas características e adequem-se às dimensões do invólucro fornecido pelo Contratante.

2.1.9 Os exemplos de peças e/ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o item 2.1.5, devendo vir dentro do INVÓLUCRO Nº 1.

2.1.10 Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação, conforme inciso XI do art. 6º da Lei 12.232/2010.

2.1.11 No cálculo da alocação dos valores para a produção e veiculação da campanha da Ideia Criativa, os licitantes utilizarão como referencial a verba indicada no *Briefing*.

2.1.12 As AGÊNCIAS deverão centralizar o comando da publicidade da PBGÁS em João Pessoa-PB e manter, nessa cidade, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados.

2.1.13 Os textos pertinentes ao Plano de Comunicação Publicitária estão limitados a 10 (dez) laudas, ressalvados os roteiros das peças de que trata a alínea “c” do item 2.1.15 (Ideia Criativa) e os textos, tabelas, gráficos e planilhas referentes à Estratégia de Mídia e Não Mídia que não serão computados nesse limite de laudas.

2.1.14 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não tem limitação quanto ao número de páginas.

2.1.15 O Plano de Comunicação Publicitária deverá compreender os seguintes quesitos:

a) Raciocínio Básico – texto em que o licitante apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação da PBGÁS, a compreensão sobre as informações constantes do *briefing* e os desafios de comunicação a serem enfrentados.

b) Estratégia de Comunicação – apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 2

específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo anunciante, compreendendo:

b.1) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

b.2) explicitação e defesa dos principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

c) Ideia Criativa – o licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corresponderão à resposta criativa da agência aos desafios e metas por ela explicitados na estratégia de comunicação publicitária. Os exemplos estão limitados a 20 (vinte), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou da característica da peça e podem ser apresentados sob a forma de: roteiro, *leiaute* e *story-board* impressos, para qualquer meio, e de protótipo ou “monstro”, para rádio e internet. Só se admitirão exemplos acabados de peças de não mídia. Dos exemplos apresentados devem constar 3 (três) peças para o público interno e 2 (duas) peças com solução de comunicação no ambiente web. A concorrente terá liberdade para definir o formato de produção das peças para o ambiente web, mas deverá apresentá-las, em CD ou DVD, em formatos universais, como exemplo: PDF, JPG, MPGE.

OBS: Os licitantes apresentarão relação de todas as peças integrantes da campanha, incluídas as eventuais reduções e variações de formato.

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia, constituída de:

d.1) Texto em que o licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida, levando em consideração a verba disponível, as informações constantes do Briefing, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação. O licitante deverá demonstrar capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha, podendo contemplar os canais de comunicação próprios da PBGÁS.

d.2) simulação de plano de distribuição das peças da Ideia Criativa,acompanhada de tabelas, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas. Da simulação deverá constar um resumo geral com as informações sobre, pelo menos: o período de veiculação; os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, separadamente, por meios; e os valores (absolutos e percentuais) alocados em produção. No caso de não mídia, no resumo geral também deverão ser

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 2

explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça. Na simulação, os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos. No cálculo da alocação dos valores para a produção e veiculação da campanha de que trata a Ideia Criativa, o licitante utilizará como referencial a verba indicada no Briefing.

2.2 Capacidade de Atendimento

2.2.1 O licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno único, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial tamanho 12, em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última por seu representante legal.

2.2.2 Os documentos e informações e o caderno único mencionados no item 2.2.1 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada – e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do ENVELOPE Nº 2.

2.2.3 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos em que o licitante apresentará:

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do anunciante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

2.3 Repertório

2.3.1 O licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem o Repertório na forma dos itens 2.2.1 e 2.2.2 anteriores.

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 2

2.3.2 O Repertório constituirá um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/expostos/exibidos pelos licitantes, preferencialmente nos últimos 3 (três) anos, para anunciantes que não a PBGÁS, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver. Os licitantes deverão apresentar 3 (três) peças produzidas, veiculadas ou distribuídas. Cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação dos licitantes, título, data de produção, período de veiculação/ exposição/ exibição e menção de pelo menos um veículo/ espaço que a divulgou/ expôs/ exibiu. As peças eletrônicas e os spots e/ou jingles deverão ser fornecidos em CD ou DVD; e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

2.3.3 Se o licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no item 2.3.2, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional à prevista na alínea “c” do item 6, aplicando-se a regra de três simples.

2.3.4 As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela PBGÁS.

2.4 Relatos de soluções de problema de comunicação

2.4.1 O licitante deverá apresentar os documentos que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação na forma descrita nos subitens 2.2.1 e 2.2.2 anteriores, os quais consistirá na apresentação, pela licitante, de soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

2.4.2 Deverão ser apresentadas 3 (três) cases, de no máximo 2 (duas) laudas cada, formalmente referendados pelos respectivos anunciantes, permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças de qualquer tipo para cada relato. Os relatos apresentados não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela PBGÁS. As peças eletrônicas e/ou os spots e/ou jingles deverão ser fornecidos em CD ou DVD; e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

2.4.3 Se o licitante apresentar cases em quantidade inferior à estabelecida no item 2.4.2, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional à prevista na alínea “d” do item 6, aplicando-se a regra de três simples.

JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

2. A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas dos licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e seus anexos.

3. Serão levados em consideração no julgamento, pela Subcomissão Técnica, os seguintes atributos:

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 2

3.1 Plano de Comunicação Publicitária

3.1.1 No que se refere ao Raciocínio Básico, será levada em consideração a acuidade de compreensão:

- a) das funções e do papel do anunciante nos contextos social, político e econômico;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do anunciante com seus públicos;
- c) das características do anunciante e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) sobre a natureza e a extensão do objeto desta licitação;
- e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo anunciante;
- f) das necessidades de comunicação do anunciante para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).

3.1.2 No que se refere à Estratégia de Comunicação:

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do anunciante e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do anunciante com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação do anunciante;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o anunciante, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível.

3.1.3 No que se refere à Idéia Criativa:

- a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação do anunciante;

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 2

- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades do anunciante e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- i) a exequibilidade das peças e ou do material;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

3.1.4 No que se refere à Estratégia de Mídia e Não Mídia:

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

3.2 No que se refere à Capacidade de Atendimento:

- a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do anunciante;
- d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 2

e) a operacionalidade do relacionamento entre o anunciante e a licitante, esquematizado na proposta;

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

3.3 - No que se refere ao Repertório:

a) a idéia criativa e sua pertinência ao problema a ser resolvido;

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

c) a clareza da exposição das informações prestadas.

3.4 – No que se refere aos Relatos de Soluções de Problema de Comunicação:

a) a evidência de planejamento publicitário;

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

c) a relevância dos resultados apresentados;

d) a concatenação lógica da exposição.

4. A critério da PBGÁS, as ações de comunicação dos licitantes poderão ou não vir a ser produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, caso os licitantes venham a formalizar contrato de prestação de serviço com a PBGÁS.

PONTUAÇÃO

5. A avaliação das Propostas Técnicas poderá resultar na pontuação máxima de 100 (cem) pontos.

6. Cada quesito poderá atingir a pontuação máxima descrita a seguir:

a) Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)

I Raciocínio Básico – 10 (dez)

II Estratégia de Comunicação – 25 (vinte e cinco)

III Idéia Criativa – 20 (vinte)

IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia – 10 (dez)

b) Capacidade de Atendimento: 15 (quinze)

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 2

c) Repertório: 10 (dez)

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez).

6.1 Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá notas individuais a cada um dos quesitos, obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto e levando em consideração todos os itens previstos neste anexo.

6.2 A nota final do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão Técnica, com duas casas decimais, respeitada a pontuação máxima de cada quesito.

6.3 A nota final de cada licitante corresponderá à soma das notas finais dos quesitos.

6.4 A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos neste instrumento convocatório;

6.4.1 Se persistir a diferença de pontuação após a reavaliação do quesito, os autores das pontuações deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito, a qual será assinada por todos os membros da subcomissão técnica e passará a compor o processo da licitação.

6.5 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 envelope 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 licitante antes da abertura do ENVELOPE Nº 2 – via identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

6.6 Serão classificadas as Propostas Técnicas dos licitantes que atenderem a todas as condições a seguir:

a) Obtiverem nota final igual ou superior a 80 pontos;

b) Obtiverem nota igual ou superior a 15 (quinze) pontos no quesito Estratégia de Comunicação;

b) Obtiverem nota igual ou superior a 12 (doze) pontos no quesito Ideia Criativa;

d) Obtiverem nota igual ou superior a 6 (seis) pontos no quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia;

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 2

- e) Obtiverem nota igual ou superior a 10 (dez) pontos no quesito Capacidade de Atendimento;
- f) Não obtiverem nota 0 (zero) em nenhum quesito;
- g) Atenderem as demais exigências deste Edital.

6.7 Em caso de empate serão consideradas como melhores classificados os licitantes que tiverem obtido as maiores pontuações nos quesitos do Plano de Comunicação Publicitária, observando-se a ordem dos quesitos abaixo, até que se obtenha o desempate:

- a) Estratégia de Comunicação;
- b) Idéia Criativa;
- c) Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- d) Raciocínio Básico.

6.8 Persistindo o empate após adotado o critério anterior, será considerada a nota obtida no quesito Capacidade de Atendimento. Por fim, serão consideradas as notas do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, consecutivamente.

6.9 Em último caso, não havendo mais forma de desempate pelo aspecto técnico, será adotado sorteio, a ser realizado na própria Sessão, ou em ato público para o qual todos os licitantes serão convocados, vedado qualquer outro processo. Caso o sorteio não ocorra na Sessão, todos os licitantes serão comunicadas, formalmente, do dia, hora e local do sorteio.

6.9.1 Decorridos 30 (trinta) minutos da hora marcada, sem que compareçam todos os convocados, o sorteio será realizado a despeito das ausências, vedado qualquer outro processo. Todos os licitantes serão comunicadas, formalmente, do dia, hora e local do sorteio.

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 3

ANEXO 3 – PROPOSTA DE PREÇOS: ORIENTAÇÕES PARA A ELABORAÇÃO E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

1. Será desclassificada a Proposta de Preços que:

- a) não atender as exigências deste Edital e de seus Anexos;
- b) apresentar preços baseados em outra proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a prestação dos serviços;
- c) apresentar qualquer acréscimo aos preços previstos na Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Paraíba, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante;
- d) apresentar percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) e inferior a 5% (cinco por cento) referentes: à produção de peças e materiais cuja distribuição **não** proporcione a licitante o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros; ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato; e, à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

2 Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o Anexo 4.

3 A Comissão Permanente de Licitação atribuirá notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme tabela a seguir:

DESCONTO/ HONORÁRIO	NOTAS
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços executados pelo contratado, baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Paraíba.	N = 0,5 x desconto
Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei	N = 3,0 x (15,0 – Honorários)

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 3

<p>nº 4.680, de 1965</p> <p>Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato.</p>	<p>N = 3,0 x (15,0 – Honorários)</p>
<p>Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.</p>	<p>N = 3,0 x (15,0 – Honorários)</p>
<p>Observação: para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos desconto e honorários serão substituídos nas fórmulas da coluna Notas pelas respectivas percentagens que constarem de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo “%”.</p>	

3.1 As notas serão calculadas com 01 (uma) casa decimal.

4 A nota geral de cada Proposta de Preços será obtida mediante o somatório das notas atribuídas à totalidade dos quesitos constantes na tabela acima.

4.1 A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

4.2 Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que

apresentar, sucessivamente: o menor percentual de honorários referentes aos:

- a) preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição **não** proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;
- b) preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 3

c) preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

d) custos dos serviços executados pelo contratado, baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Paraíba.

5 Não se considerará qualquer oferta ou vantagem não prevista neste Edital, ou vantagens baseadas nas ofertas dos demais licitantes.

6 Erros aritméticos serão retificados da seguinte forma: se houver discrepância entre os percentuais propostos, prevalecerá o montante por extenso e se a licitante não aceitar a correção do erro, sua proposta será rejeitada.

7 No preço proposto estarão inclusos os encargos sociais e trabalhistas, toda carga tributária, os custos dos serviços e demais despesas indiretas, necessários ao pleno e completo fornecimento dos serviços licitados.

8 Os percentuais apresentados e levados a efeito de julgamento serão de exclusiva e total responsabilidade da licitante, não lhe cabendo, neste caso, o direito de pleitear qualquer alteração.

9 Pertencem à PBGÁS as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação, nos termos do artigo 15, parágrafo único, da Lei Federal 12.232/2010.

10 O ressarcimento dos custos dos serviços executados pelo contratado será feito com base na tabela referencial de custos internos do SINAPRO-PB.

11 O prazo de validade das propostas será declarado pelo licitante, não podendo ser inferior a 60 (sessenta) dias, contado da data de sua apresentação.

11.1 Expirado o prazo de validade das propostas sem convocação para a contratação, os licitantes ficam liberadas dos compromissos assumidos, inclusive as vencedoras, que podem se recusar a assinar o contrato, salvo se tiverem dado causa ao atraso.

12. A simples apresentação das propostas implicará a aceitação integral das condições fixadas neste Edital, bem como a observância da legislação e normas legais pertinentes.

13. Não serão consideradas quaisquer cláusulas ou condições especiais no corpo das propostas, oferta de vantagem não prevista neste Edital.

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 3

14. Poderão ser admitidas, a critério da CPL, alterações formais destinadas a sanar evidentes erros formais que não impliquem alteração do conteúdo das Propostas e desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta licitação.

15. Uma vez conhecida a proposta de menor preço, o licitante melhor classificado na proposta técnica, será chamado para se manifestar quanto à concordância em realizar os serviços pelo mesmo percentual da proposta de menor valor. Não havendo concordância, a CPL passará a chamar as demais concorrentes, pela ordem de classificação.

16. O licitante convocado na forma do item 12 que não concordar com o preço do 1º classificado perderá o direito de contratar os serviços com a PBGÁS, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

17. Caso todas as propostas sejam desclassificadas, a PBGÁS poderá fixar o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de novas propostas, excluídas as causas da desclassificação. Todos os licitantes classificados nesta licitação serão comunicados, formalmente, do dia, hora e local da abertura dos novos envelopes. Neste caso, o prazo de validade das propostas será contado da nova data de abertura dos envelopes PROPOSTA.

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 4

ANEXO 4 – MINUTA DE PROPOSTA DE PREÇOS

Aos Prezados Senhores,
Ref.: - CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

Apresentamos nossa proposta para prestação dos serviços de publicidade da licitação em referência.

1. IDENTIFICAÇÃO DO LICITANTE:

RAZÃO SOCIAL:
CNPJ e INSCRIÇÃO ESTADUAL:
ENDEREÇO, TELEFONE e E-MAIL:
AGÊNCIA e Nº DA CONTA CORRENTE:

2. CONDIÇÕES GERAIS

2.1 A proponente conhece e aceita os termos do instrumento convocatório que rege a presente licitação bem como a minuta de contrato que o integra.

2.2 Quaisquer reclamações oriundas da prestação dos serviços deverão ser formalizadas por escrito e dirigidas ao nosso escritório, sito no(a) (informar endereço completo).

3. REMUNERAÇÃO

3.1 Declaramos que na vigência do contrato a ser assinado com este Órgão adotaremos:

a) o desconto de -----% (por extenso) sobre os custos dos serviços executados pela contratada, baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Paraíba;

b) os honorários de -----% (por extenso) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição **não** proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

c) os honorários de -----% (por extenso) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

d) os honorários de -----% (por extenso) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 4

3.2 Para aprovação dos serviços realizados por fornecedores, serão apresentados, no mínimo, 3 (três) cotações de preços, colhidas entre fornecedores distintos sem vinculação societária entre eles e esta empresa, conforme estipulado na Lei 12.232/2010.

3.3 A PBGÁS verificará a compatibilidade dos preços propostos com os praticados no mercado e indicará o Preço de Referência para execução dos serviços.

3.4 Na impossibilidade dos fornecedores desta Empresa praticarem o Preço de Referência indicado, a Contratada deverá fazer nova cotação de preços.

3.5 A PBGÁS não pagará honorários ou qualquer outra remuneração sobre os custos de

serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

3.6 O ressarcimento dos custos dos serviços executados pela contratada será feito com base na tabela referencial de custos internos do SINAPRO-PB.

Datar e assinar
ASSINATURA E CARIMBO DA AGÊNCIA

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 5

ANEXO 5 – EXIGÊNCIAS PARA HABILITAÇÃO

1 – EXIGÊNCIAS PARA HABILITAÇÃO

1.1 – Para se habilitar, os licitantes cujas Propostas Técnicas e de Preços tiverem sido classificadas deverão apresentar a Documentação na forma prevista neste Anexo, acondicionada no ENVELOPE Nº 5;

2 – DOCUMENTOS RELATIVOS À QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

2.1 – Comprovação de registro ou inscrição da licitante em qualquer uma das seguintes entidades:

a) Conselho Executivo de Normas Padrão – CENP, através do Certificado de Qualificação Técnica, emitido em nome da empresa licitante;

b) entidade equivalente à entidade prevista no item anterior, **LEGALMENTE** reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, nos termos do §1º do art. 4º da Lei 12.232/2010.

2.2 – Atestados de capacidade técnica: apresentar 03 (três) atestados originais fornecidos por clientes (empresa pública ou privada), que comprovem o desempenho de atividade pertinente e compatível em características com o objeto desta licitação.

2.3 – Comprovante do estabelecimento da licitante no município de João Pessoa/PB ou apresentação de Termo de Compromisso de implantação de escritório de representação nesta praça, até a data de formalização da contratação e para o período de vigência contratual, sendo que o estabelecimento deve possuir estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à PBGÁS.

2.4 – Declaração Especial, conforme ANEXO 12;

2.5 – Declaração da licitante de que tratará da questão dos Direitos Autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, conforme ANEXO 13.

3 – Documentos relativos à HABILITAÇÃO JURÍDICA

a) cédula de identidade;

b) registro comercial, no caso de empresa individual;

c) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 5

sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

- d) inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício;
- e) decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

4 – Documentos relativos à **REGULARIDADE FISCAL e TRABALHISTA**

- a) Prova de inscrição no **Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ/MF)**;
- b) Prova de regularidade para com a **Fazenda Federal**, mediante apresentação de Certidão Conjunta Negativa de Débitos ou Certidão Positiva com efeitos de negativa, relativos a Tributos Federais e a Dívida Ativa da União, emitida pela Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e Secretaria da Receita Federal do Brasil;
- c) Prova de regularidade para com a **Fazenda Estadual**, mediante apresentação de Certidão Negativa, ou Certidão Positiva com efeitos de Negativa, emitida pela Secretaria da Fazenda do Estado do domicílio ou sede do licitante;
- d) Prova de regularidade para com a **Fazenda Municipal**, mediante apresentação de Certidão Negativa, ou Certidão Positiva com efeitos de Negativa, emitida pela Secretaria da Fazenda do Município do domicílio ou sede do licitante;
- e) Obs.: No caso da Fazenda Municipal, a comprovação dar-se-á pela apresentação de Certidão Negativa de Débitos Mobiliários e de Certidão Negativa de Débitos Imobiliários. Considerando o fato que existem municípios que expedem certidão conjunta, abrangendo todos os débitos porventura existentes com o Erário Municipal, a regularidade poderá ser comprovada através de apresentação cumulativa de certidão negativa de débitos mobiliários e de certidão negativa de débitos imobiliários.
- f) Prova de regularidade de situação relativa à **Seguridade Social**, demonstrando o cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei, mediante apresentação de Certidão Negativa de Débito ou Certidão Positiva com efeito de negativa, relativa às contribuições previdenciárias e às de terceiros, emitida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil; e,
- g) Prova de regularidade de situação relativa ao **Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS)**, demonstrando o cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei, mediante apresentação de

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 5

Certificado de Regularidade do FGTS (CRF), emitido pela Caixa Econômica Federal (CEF).

- h) Prova de regularidade perante a **Justiça do Trabalho**, mediante apresentação de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT) ou Certidão Positiva com efeitos de Negativa, de acordo com a Lei Federal nº 12.440/2011.

4.1 – Tem os mesmos efeitos da certidão negativa, nos termos do artigo 206 do Código Tributário Nacional, a certidão em que conste a existência de créditos não vencidos, em curso de cobrança executiva em que tenha sido efetivada a penhora, ou cuja exigibilidade esteja suspensa.

4.2 – Observe-se que, para a comprovação de regularidade perante a Fazenda Federal, poderá ser apresentada Certidão Conjunta, com base na Portaria Conjunta PGFN/RFB n.º 2, de 31 de agosto de 2005. (Republicada por ter saído, no DOU n.º 169, de 10/09/2005, Seção 1, págs. 15, 16 e 17, com incorreção do Original).

4.3 – Quando nas certidões não constar o prazo de validade, as mesmas deverão ter datas de expedição inferior a 60 (sessenta) dias, da data de apresentação da proposta.

5 – Documentos relativos à QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

5.1 – Certidão negativa de falência ou concordata expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, ou de execução patrimonial, expedida no domicílio da pessoa física.

5.2 – Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, devidamente registrados na Junta Comercial de origem e que comprovem a boa situação financeira do licitante, conforme disposto no Anexo 9 – “Qualificação Econômico-Financeira”. Fica vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados pelo IGPM, “pro rata tempore”, quando encerrados a mais de 03 (três) meses da data da apresentação da proposta apresentados na forma a seguir, conforme o caso:

- a) Sociedades Empresárias à Acompanhado de cópia dos termos de abertura e de encerramento do Livro Diário, autenticado pela Junta Comercial do domicílio ou sede do licitante.
- b) Sociedade por Ações à Publicação no Diário Oficial da União ou do Estado ou do Distrito Federal, conforme o lugar em que esteja situada a sede do licitante, e em jornal de grande circulação, editado na localidade em que está situada a sede do licitante, conforme o caput do art. 289 e o parágrafo 5º da Lei nº 6.404/76 e comprovação de autenticação pelo Órgão do Registro do Comércio do domicílio ou sede do licitante;

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 5

- c) Sociedades Simples à Acompanhado de cópia dos termos de abertura e de encerramento do Livro Diário, registrado no Cartório de Registro Civil das Pessoas Jurídicas.
- d) Consórcios à Acompanhado de cópia dos termos de abertura e de encerramento do Livro Diário de cada empresa participante, autenticado pela Junta Comercial do domicílio ou sede do licitante.

5.3 – As empresas com menos de 01 (um) ano de existência, que ainda não tenham balanço de final de exercício, deverão apresentar Demonstrações Contábeis envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência, obedecidos os aspectos legais e formais de sua elaboração, devidamente registrado na Junta Comercial.



EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 6

BRIEFING DE CAMPANHAS PARA A LICITAÇÃO DE AGÊNCIA PUBLICITÁRIA EM 2014

APRESENTAÇÃO

A Companhia Paraibana de Gás – PBGÁS – é a empresa responsável pela distribuição e comercialização do gás natural no Estado da Paraíba. Criada em 1994, atua como uma sociedade de economia mista e tem como acionistas o Governo do Estado da Paraíba, a Petróleo Gás S/A – GASPETRO (empresa controlada da Petrobrás), e a Mitsui Gás e Energia do Brasil Ltda. (empresa que atua nos mercados de distribuição de gás natural nas regiões Sul e Nordeste do Brasil).

HISTÓRICO

Com a promulgação da Constituição Federal em 1988, em seu artigo 25, ficou de competência exclusiva dos estados a comercialização e a distribuição de gás canalizado. Em 25 de outubro de 1994 a PBGÁS foi fundada, atendendo a lei estadual nº 5.680/92. Com o início de suas operações, em 1995, a empresa partiu efetivamente para a exploração exclusiva da atividade de distribuição de gás canalizado no Estado da Paraíba, e desde então vem contribuindo para o desenvolvimento tecnológico, econômico e social local. Desde a sua criação, investindo na utilização da energia mais limpa de origem fóssil, a PBGÁS vem desenvolvendo ações para implantar a infraestrutura básica necessária ao desenvolvimento de seus serviços, realizando todos os estudos técnicos e de mercado necessários à garantia das melhores condições operacionais e de segurança no fornecimento do gás natural aos seus clientes, em estreita sintonia com as questões socioambientais e seus resultados econômico-financeiros. Atualmente, a Companhia concentra esforços na diversificação de seu mercado – destaque especial para o segmento residencial e comercial, na ampliação de sua estratégia de interiorização e na expansão de suas redes de gasodutos.

A EMPRESA

A PBGÁS tem consciência da sua importância e responsabilidade em relação ao desenvolvimento do estado da Paraíba, bem como para o fortalecimento e consolidação do mercado de gás natural. O planejamento estratégico da empresa tem, como horizonte temporal, o período de 2012 a 2020. Ele foi realizado a partir de uma profunda reflexão dos gestores dos níveis estratégico e tático em relação aos cenários externos que podem influenciar em seu desempenho, e também a partir de um diagnóstico das potencialidades que a Companhia dispõe para fazer face a esses cenários. Às discussões que propiciaram a consecução de seu Plano Estratégico – horizonte 2012-2020, a PBGÁS incorporou a nova percepção, em termos de gestão estratégica, de que as organizações precisam atuar em seus negócios mediante uma prática de CRIAÇÃO DE VALOR COMPARTILHADO (CVC), onde a atuação empresarial deve estar associada uma atuação socioambiental responsável, e que ao produzir resultados para os clientes e acionistas, a Companhia esteja simultaneamente, produzindo resultados que tornem o seu estado mais justo e sustentável.

Missão institucional – Comercializar e distribuir gás canalizado no Estado com qualidade, segurança, sustentabilidade e inovação, criando valor para a

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 6

sociedade, clientes e acionistas, contribuindo para o desenvolvimento da Paraíba.

Visão 2020 – Ser, até 2020, uma companhia reconhecida por sua responsabilidade socioambiental e pela promoção da eficiência energética.

Princípios – Ética / Satisfação dos Clientes / Responsabilidade Socioambiental / Excelência de Gestão.

GÁS NATURAL – O PRODUTO

O gás natural caracteriza-se por sua eficiência, limpeza e versatilidade. É utilizado em indústrias, no comércio, em residências e em veículos. É altamente valorizado em consequência da progressiva conscientização mundial da relação entre energia e o meio ambiente, uma vez que a queima do gás natural é uma das mais limpas entre os combustíveis fósseis, praticamente sem emissão de monóxido de carbono. Sua distribuição é feita através de uma rede de dutos de maneira segura. Este energético é a opção que tem acumulado os melhores resultados operacionais e econômicos. Considerando que o seu consumo mundial triplicou nos últimos trinta anos, consolida-se cada vez mais como opção inteligente de aproveitamento de recursos energéticos alternativos ao petróleo.

SEGMENTOS DE ATUAÇÃO

A PBGÁS comercializa e distribui gás natural para quatro segmentos de mercado: industrial, veicular, comercial e residencial.

Segmento Industrial – O gás natural tornou-se um diferencial competitivo para o segmento industrial, uma vez que reduz os custos operacionais das empresas que optaram por utilizá-lo como energético. Fonte de energia limpa e com várias possibilidades de uso em indústrias, o gás natural se apresenta cada vez mais vantajoso em sua utilização, uma vez que pode substituir com eficiência qualquer combustível sólido, líquido ou gasoso, na geração de energia térmica, oferecendo benefícios. Também é ideal para processos que exigem a queima em contato direto com o produto final, como acontece na produção de cerâmica e na fabricação de vidro.

Segmento Veicular – Mais economia, segurança e autonomia. Se não bastassem todos esses benefícios do gás natural veicular (GNV) ele ainda é ecológico, ou seja, é o combustível fóssil que emite menos poluentes na atmosfera, contribuindo na preservação do meio ambiente. Muito mais barato que a gasolina e o álcool, o Gás Natural veicular é uma boa solução para quem quer reduzir em até 50% seus gastos mensais com transporte. Além disso, com 1 metro cúbico, o veículo roda muito mais do que com 1L dos combustíveis tradicionais, e ainda sem deixar resíduos no motor. Para garantir a economia e segurança do veículo usando o GNV, é importante que a conversão seja feita em oficinas credenciadas pelo Inmetro, assegurando que todas as normas estabelecidas para este tipo de serviço foram realizadas.

Segmento Comercial – O gás natural oferece enormes vantagens para estabelecimentos comerciais, destacando-se a economia (tanto no consumo, como na manutenção dos equipamentos), a comodidade do fornecimento contínuo e a segurança, uma vez que não precisa de estocagem do produto. Usado para aquecer a água e alimentar os fornos e fogões industriais, o gás natural no uso comercial oferece vantagens como eficiência energética, fornecimento contínuo,

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 6

redução de custos e economia de espaço. O gás canalizado pode ser aproveitado por diversos segmentos como restaurantes, lavanderias e hotéis. Além dos benefícios já citados, existem no mercado equipamentos produzidos para uso específico com gás natural, como fornos, fritadeiras, lavadoras, secadoras, dentre outros, que priorizam qualidade e praticidade.

Segmento Residencial – Comodidade, valorização do imóvel e segurança. Essas vantagens competitivas do gás natural ganham cada vez mais adeptos na medida em que a rede de gás natural se expande em João Pessoa para atender ao mercado residencial. O uso do gás natural em residências vem se tornando uma tendência justamente por essas características que, além de possibilitar uma maior praticidade no dia-dia do usuário, oferece conforto com economia. Com o gás natural, pode-se aquecer a água dos chuveiros, além de pias, piscinas, máquina de lavar, entre outros equipamentos. O uso na cozinha, em fogões, proporciona uma enorme comodidade uma vez que não há necessidade de trocar botijões, já que o gás é encanado e seu fornecimento é contínuo. Isso tudo sem falar na segurança, pois não é necessário armazenagem de gás e por ser mais leve que o ar, em caso de vazamento, o gás natural se dissipa facilmente.

SEGMENTAÇÃO, MERCADO E PÚBLICO-ALVO DAS CAMPANHAS

Segmento	Mercado-alvo	Público-alvo principal	Público-alvo secundário
Residencial	Prédios existentes	Clientes e potenciais clientes	Agentes de mercado: construtores, arquitetos, administradoras de imóveis e corretoras imobiliárias
	Prédios novos		
Comercial	Estabelecimentos comerciais	Potenciais clientes	Agentes de mercado: panificadores, restaurantes, lanchonetes, hotéis, motéis, academias que utilizam saunas, lavanderias, hospitais, postos de combustível, docerias.
GNV (Gás Natural Veicular)	Veículos automotivos aptos	Potenciais clientes	Agentes de mercado: taxistas, frotistas, usuários particulares

ESCOPO DAS CAMPANHAS

Problema: O grande desafio da comercialização do gás natural é vender muito mais do que um simples combustível. O esforço para agregar valor a uma commodity

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 6

como o gás natural passa pela formatação de uma estratégia de marketing que busque identificar, entregar e comunicar atributos do produto valorizados pelo público-alvo. Dessa forma, a PBGÁS passa a vender soluções, de modo que a escolha pelo gás natural seja pautada pelos benefícios inerentes ao produto, serviços prestados ao cliente, pelo valor da marca da companhia e por seus investimentos na expansão de novas redes.

Objetivos: Em 2014, a PBGÁS completa 20 anos de atuação na Paraíba, cujo aniversário será no dia 25 de outubro. Além de uma campanha institucional com foco nessa história de duas décadas, pretende-se comunicar o posicionamento de mercado da PBGÁS para os segmentos residencial, comercial e veicular, destacando a sua estreita sintonia com o **desenvolvimento** do Estado em virtude da adesão de industriais, comerciantes e consumidores de um modo geral para o uso dessa solução energética moderna, cômoda, econômica e sustentável.

PERÍODO DAS CAMPANHAS, PREÇO E PRAÇAS

Para efeito deste processo licitatório, o prazo das campanhas, sendo uma voltada para produto e outra institucional (esta última como foco nos 20 anos da companhia) deverá ser de até 06 meses intercalados entre ambas, tendo como praça todos os municípios paraibanos onde haja distribuição de gás natural, com ênfase nas cidades de João Pessoa e Campina Grande.

VERBA REFERENCIAL

O investimento total para a publicidade será de até **R\$ 231.069,18** (Duzentos e Trinta e Um Mil, Sessenta e Nove Reais e Dezoito Centavos), para atividades de serviços de propaganda institucional e de produto, a partir de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação e supervisão de compra e veiculação de mídia com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir ideias, princípios e iniciativas que melhorem a imagem da Companhia e informem suas ações ao público em geral, bem como a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos, em consonância com as novas tecnologias.



EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 7

ANEXO 7 – COMPROVANTE DE RETIRADA

Empresa:

CNPJ/MF:

Endereço:
.....

Cidade..... Estado:

CEP:..... Telefone:

Fax:..... E-mail:

Nome(s) do(s) Representante(s) Legal(is):

.....

Recebemos da **PBGÁS**, nesta data, cópia do Edital e ANEXOS referente à Licitação acima identificada.

Local e data:

Assinatura(s) do(s) Representante(s) Legal(is):

.....

.....



EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 8

ANEXO 8 – MODELO DE CREDENCIAMENTO

CREDENCIAMENTO

À
PBGÁS

REF.: EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

A Empresa..... com sede na Rua
.....
....., na Cidade de, Estado
de.....
....., inscrita no CNPJ/MF sob n.º, neste ato
representada pelo Sr., portador do RG
n.º.....
e do CPF/MF n.º por seu Estatuto Social,
CREDENCIA pela presente o Sr.,
portador do RG n.ºe do CPF/MF n.º
....., para representá-la na presente Licitação,
promovida pela **PBGÁS**, com poderes para concordar, desistir, renunciar,
transigir, emitir recibos, assinar Atas e outros documentos, acompanhar todo
processo licitatório até o seu final, tomar ciência de outras propostas da
Comissão de Licitação, podendo para tanto, praticar todos os atos necessários
para o bom e fiel cumprimento deste mandado.

Atenciosamente,

REPRESENTANTE(S) LEGAL(AIS) DO LICITANTE

Obs.: - Preencher em papel timbrado da Empresa
- Apresentar juntamente com o RG (Cédula de Identidade)
- Esta Carta de Credenciamento não deverá vir inserida em nenhum dos
envelopes, de modo a ser exibida pelo referido representante antes da abertura
dos mesmos.

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 9

ANEXO 9 – QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

A comprovação da boa situação financeira da empresa licitante será demonstrada pela obtenção de Índices de Liquidez Geral (LG) igual ou superior a 1,00; Liquidez Corrente (LC) igual ou superior a 1,00, e Solvência Geral igual ou superior a 1,00, extraídos do balanço patrimonial apresentado, calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do número do registro no Conselho Regional de Contabilidade, através das seguintes fórmulas:

$$LG = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

$$LC = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a longo prazo}}$$

Local e Data: _____

Assinatura do Responsável pela Contabilidade: _____

Nº do CRC: _____

Justificativa para abordagem dos índices de liquidez:

Os índices de liquidez são medidas de avaliação e acompanhamento da capacidade econômico-financeira de uma empresa, buscando a satisfação dos compromissos firmados por ela junto a terceiros. Esta avaliação é feita por meio de um comparativo direto entre os direitos – leia-se disponibilidades de caixa e créditos realizáveis, ante suas obrigações no que tange desde o pagamento de fornecedores e de salários aos funcionários, passando pelo

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 9

recolhimento dos impostos e encargos sociais oriundos da atividade corrente do negócio, até a distribuição de dividendos aos seus sócios ou acionistas.

Justifica-se a abordagem destes índices neste edital à luz da legislação contábil vigente no Brasil, bem como as melhores práticas gestão administrativa. Pois são observados alguns aspectos financeiros, a saber:

- I. **Índice de Liquidez Geral (LG)**: Este índice é utilizado para uma avaliação da capacidade de pagamento e cumprimento de obrigações, observando-se um horizonte compreendido entre o curto e longo prazos, através dos recursos não caracterizados como ativos permanentes. Leia-se: Curto Prazo como sendo o período compreendido dentro do exercício fiscal em curso; Longo Prazo como sendo o período que transcende o exercício fiscal corrente. Sendo assim, pode-se de estabelecer que na Liquidez Geral (LG) o fator ≥ 1 é interpretado como o início do índice ideal, ou seja, indica que a empresa tem bens e direitos no ativo circulante e realizável a longo prazo que corresponde a 01 (uma) vez o valor de suas dívidas e obrigações, podendo saldá-las sem que seja preciso recorrer aos bens do Ativo Permanente ou ainda sem que seja necessária a alienação de bens de uso na sua atividade.
- II. **Índice de Liquidez Corrente (LC)**: Sendo um dos índices mais amplamente utilizados na avaliação e análise de balanços, pode-se se dizer que este pode indicar a saúde financeira de uma empresa, pois indica quanto esta poderá dispor em recursos de curto prazo, a exemplo do caixa e aplicações financeiras e ainda os recebíveis de terceiros, utilizando-os para honrar os compromissos também de curto prazo, a exemplo de fornecedores, empréstimos e financiamentos de curto prazo, salários entre outros configurados como sendo Passivo Circulante. Sendo assim, pode-se de estabelecer que na Liquidez Corrente (LC) o fator ≥ 1 é interpretado como o início do índice ideal, ou seja, indica que a empresa tem bens e direitos no ativo circulante que corresponde a 01 (uma) vez o valor de suas dívidas e obrigações, podendo saldá-las sem que seja preciso recorrer aos bens do Ativo Permanente, a capital de terceiros ou ainda sem que seja necessária a alienação de bens de uso na sua atividade.
- III. **Índice de Solvência Geral (SG)**: Este índice é utilizado para uma avaliação da capacidade de pagamento e cumprimento de obrigações, observando-se um horizonte compreendido entre o curto, médio e longo prazos, considerando, também, os recursos caracterizados como ativos permanentes, ou seja, a totalidade dos ativos de uma empresa que poderão ser utilizados para honrar os compromissos de curto, médio e longo prazo. Sendo assim, pode-se de estabelecer que na Solvência Geral (SG) o fator ≥ 1 é interpretado como o início do índice ideal, ou seja, indica que a



EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 9

empresa tem ativos que correspondem a 01 (uma) vez o valor de suas obrigações exigíveis no decorrer de sua operação.

Portanto, à luz da Lei 8.666/93, em seu Art. 3º, podemos justificar a presença destes índices neste Edital buscando a proposta que melhor atenda as expectativas da PBGÁS.



EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 10

DECLARAÇÃO SOBRE USO DE MÃO-DE-OBRA INFANTIL

À
PBGÁS

Ref: EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

Prezados Senhores,

A **(Nome da Empresa)**, inscrita no CNPJ/MF nº., por intermédio de seu representante legal o(a) Sr.(Sra), portador(a) do Documento de Identidade nº. e do CPF nº., DECLARA, para fins do disposto no **inciso V do art. 27 da Lei nº. 8.666, de 21 de junho de 1993**, acrescido pela Lei nº. 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

() **Ressalva:** Emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz.

Local e Data

Assinatura(s) do(s) Representante(s) Legal(is)

(Observação: em caso afirmativo, assinalar a ressalva acima)



EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 11

ANEXO 11 – MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE E IMPEDITIVO DA HABILITAÇÃO

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE E IMPEDITIVO DA HABILITAÇÃO

À
PBGÁS

Ref: **EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/2014**

Prezados Senhores,

A (**Nome da Empresa**), inscrita no CNPJ/MF nº., por intermédio de seu representante legal o(a) Sr.(Sra), portador(a) do Documento de Identidade nº. e do CPF nº., DECLARA, sob as penalidades da Lei, estar ciente da obrigatoriedade de informar a superveniência, se houver, de algum fato impeditivo da manutenção das condições de habilitação.

A presente declaração é feita sob as penas da lei.

Local e Data

Assinatura(s) do(s) Representante(s) Legal(is)



EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 12

ANEXO 12 – DECLARAÇÃO ESPECIAL

João Pessoa, dede 2014.

À
PBGÁS

Prezados Senhores,

A empresa _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por meio de seu representante legal, senhor (a) _____, portador(a) da Cédula de Identidade nº _____, expedida pelo _____, inscrito no CPF sob o nº _____, DECLARA, sob as penalidades da Lei, para fins de licitação, **CONCORRÊNCIA Nº 001/2014**:

- a)** que recebeu e estudou todos os documentos inerentes à presente competição e tomou conhecimento integral do teor do edital de licitação supracitado, sujeitando-se às disposições nele contidas;
- b)** que adota medidas e ações destinadas a evitar ou corrigir danos ao meio ambiente, segurança e medicina do trabalho, que possam vir a ser causados na execução do objeto desta licitação.
- c)** que não foi declarada inidônea para licitar ou contratar com a Administração Pública, seja da administração direta ou indireta, bem como comunicará qualquer fato ou evento superveniente quanto à habilitação ao certame supra, especificamente à Qualificação Técnica, Regularidade Fiscal, Capacidade Jurídica e Situação Econômico-Financeira;
- d)** que na composição societária não existe participação de dirigentes ou empregados da PBGÁS.

Atenciosamente,

(Assinatura do representante legal da empresa)



EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 13

ANEXO 13 – DECLARAÇÃO DE TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS

João Pessoa, dede 2014.

À
PBGÁS

Prezados Senhores,

A empresa _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por meio de seu representante legal, senhor (a) _____, portador(a) da Cédula de Identidade nº _____, expedida pelo _____, inscrito no CPF sob o nº _____, em relação a questão dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, declara que:

a) para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, artefinalização e assemelhados) ou conexos, a inteira e exclusiva responsabilidade (por si ou por terceiros), garantimos à PBGÁS a cessão total dos direitos de uso, por tempo ilimitado inclusive diante da possibilidade de reclamações futuras, nos termos da Lei 9.610/98;

b) para os direitos de imagem (atores e modelos) e para os direitos de uso de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de utilização do material, pela PBGÁS, com a definição de percentual do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso;

c) adotaremos o compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos;

d) o compromisso de que em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros - solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a entidade escolha uma das opções;

e) que nos casos de cessão de direitos por tempo limitado, condicionará a contratação de serviços com terceiros pelo período indicado pela PBGÁS, e



EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 13

que utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão;

f) o compromisso, quando a entidade optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, de fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços.

Atenciosamente,

(Assinatura do representante legal da empresa)

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 14

ANEXO 14 – MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO Nº/.....

CONTRATO QUE ENTRE SI CELEBRAM A COMPANHIA
PARAIBANA DE GÁS - PBGÁS E

.....

A **COMPANHIA PARAIBANA DE GÁS**, sociedade de economia mista, estabelecida na Cidade de João Pessoa, Estado da Paraíba, na Avenida Presidente Epitácio Pessoa, nº 4.756, bairro do Cabo Branco, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 00.371.600/0001-66, inscrição estadual nº 16.107.410-3, doravante denominada **PBGÁS**, neste ato representada por seu Diretor Presidente, **GEORGE VENTURA MORAIS**, brasileiro, casado, advogado, inscrito no CPF sob o nº 035.715.584-05, portador do RG nº 19489-34 - SSP/DF, residente e domiciliado na Rua Costa Bela Vista, nº 72, Condomínio Terreno do Atlântico, Aptº 202, Bloco D, Ponta de Campina, Paraíba, CEP: 58.310-000 e pelo seu Diretor Administrativo Financeiro, **DAVID DOS SANTOS MOUTA**, brasileiro, casado, engenheiro electricista, inscrito no CPF sob o nº 089.250.908-21, portador do RG nº 12.987.912-5 - SSP/SP, residente e domiciliado na Rua Anastácio Camilo de Oliveira, nº 105, Aptº 201, Edf. Adriano Holanda, Jardim Oceania, João Pessoa, Estado da Paraíba, e a empresa _____, com sede na Cidade _____, Estado _____, na Rua _____, _____, _____, inscrita no CNPJ/MF sob o n.º _____, neste ato representada pelo(s) seu(s) _____, _____, doravante denominado **CONTRATADO** têm entre si ajustado o presente Contrato proveniente da CONCORRÊNCIA n.º 001/14, fundamentado na Lei Federal n.º 12.232 de 29 de abril de 2010, e demais normas correlatas, aplicáveis aos casos omissos, e mediante as seguintes cláusulas e condições:

CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO

1.1. O objeto deste contrato consiste na Contratação de Agência publicitária na modalidade “concorrência pública”, tipo “**melhor técnica**”, para atividades de serviços de propaganda institucional e de produto, a partir de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação e supervisão de compra e veiculação de mídia com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover à venda bens ou serviços, de difundir ideias, princípios e iniciativas que melhorem a imagem da Companhia e informem suas ações ao público em geral, bem como a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos, em consonância com as novas tecnologias.

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 14

- 1.2. As obrigações contidas no Edital e seus anexos, na proposta do CONTRATADO, integram expressamente o objeto deste contrato. As obrigações neles previstas vinculam o CONTRATADO, que será responsabilizado por qualquer inexecução ou inadimplemento.
- 1.3. Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no objeto, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.
- 1.4. É vedada a subcontratação de outra agência de propaganda para a execução dos serviços compreendidos no objeto deste Edital.

CLÁUSULA SEGUNDA – FORMA DE EXECUÇÃO E REGIME

- 2.1 Os serviços a que se refere este Contrato serão executados sob a forma de execução indireta no Regime de Empreitada por Preço Unitário.

CLÁUSULA TERCEIRA – PREÇOS E VALOR

- 3.1 O valor do presente contrato é **R\$ 231.069,18 (duzentos e trinta e um mil sessenta e nove reais e dezoito centavos)**, sendo este meramente estimativo em razão da expectativa de uso dos serviços de publicidade e da disponibilidade orçamentária, **não estando a PBGÁS obrigada a utilizar a totalidade do valor contratado ou qualquer valor mínimo.**
- 3.2 Nos preços estabelecidos no Contrato estão incluídas todas as despesas que onerem, direta ou indiretamente, os serviços contratados, bem como o lucro (bonificação), não cabendo quaisquer reivindicações do CONTRATADO, a título de revisão de preço ou reembolso, seja a que título for.
- 3.3 Os recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2013 estão consignados na dotação orçamentária da **PBGÁS**.
- 3.4 Se a PBGÁS optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.
- 3.5 A PBGÁS se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade das verbas previstas.

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 14

CLÁUSULA QUARTA - RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1 Os recursos financeiros necessários aos pagamentos da execução do objeto deste certame estão devidamente equacionados e assegurados especificamente no orçamento da **PBGÁS**, e correrão por conta da seguinte classificação orçamentária:

- **Despesa.**

CLÁUSULA QUINTA – CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

5.1 - Os serviços executados serão pagos ao **CONTRATADO** com as seguintes condições:

5.1.1 - Os documentos de cobrança deverão ser apresentados para pagamento no escritório da **PBGÁS**, localizado, na Avenida Presidente Epitácio Pessoa, nº 4756, bairro de Cabo Branco, Cidade de João Pessoa, Estado da Paraíba, ou em outro local por ela indicado, emitindo separadamente, Nota Fiscal dos produtos e de eventual reajuste, no primeiro dia útil do mês posterior à execução do serviço contratado.

- a) Em função de adequação do trâmite de documentos ao calendário tributário, documentos de cobrança emitidos após o dia 01 só serão pagos 10 dias úteis após o recebimento dos mesmos.
- b) Em caso de incidência de juros moratórios ou multa por atraso no recolhimento dos impostos decorrentes dos fornecimentos, os mesmos serão deduzidos do pagamento ao **CONTRATADO**.

5.1.2 - Os documentos de cobrança apresentados pelo **CONTRATADO**, bem como o documento de cobrança final, serão pagos deduzidas as importâncias que, a qualquer título, nas condições estipuladas no Contrato ou outras especialmente acordadas, sejam devidas à **PBGÁS**

5.1.2.1 - Por ocasião do pagamento, e de acordo com os termos do inciso II, do art. 7º, da Lei nº 10.128/2013, será retido 1,6% (um vírgula seis por cento) das empresas de médio porte ou superior e 1% (um por cento) das empresas de pequeno porte, em favor do Fundo Estadual de Apoio ao Empreendedorismo – Fundo Empreender PB, do Governo do Estado da Paraíba, incidente sobre o valor constante da nota fiscal, fatura ou recibo emitido pelo licitante **CONTRATADO**.

5.1.3 - O **CONTRATADO** deverá indicar, obrigatoriamente, nos respectivos documentos de cobrança, o número do presente Contrato, o período de execução do objeto, bem como o nome e código do Banco e da agência e o número da conta-corrente do **CONTRATADO** em que será creditado o pagamento.

5.1.4 – Em conformidade com a legislação vigente, o **CONTRATADO** deve emitir nota fiscal por município onde foi efetivamente executado o serviço.

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 14

5.1.5 - O documento de cobrança deve ser emitido com base no item realizado da Autorização de Fornecimento (AF) que lhe deu origem, devidamente atestada.

5.1.6 Caso sejam constatadas irregularidades nos documentos de cobrança apresentados, o prazo para pagamento estabelecido será contado a partir da data da reapresentação, pelo **CONTRATADO**, dos documentos de cobrança devidamente corrigidos, sem prejuízo da continuidade dos serviços.

5.1.7. Em conformidade com a Lei Federal 12.232/2010 e a Portaria SEREM nº 7, de 14.02.2014, fica permitido o uso de documentos fiscais emitidos pelas entidades veiculadoras diretamente para o Poder Público.

5.2 O **CONTRATADO** deverá obrigatoriamente apresentar, junto com os documentos de cobrança:

5.2.1 Prova de regularidade para com a **Fazenda Federal**, mediante apresentação de Certidão Conjunta Negativa de Débitos ou Certidão Positiva com efeitos de negativa, relativos a Tributos Federais e a Dívida Ativa da União, emitida pela Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e Secretaria da Receita Federal do Brasil;

5.2.2 Prova de regularidade para com a **Fazenda Estadual**, mediante apresentação de Certidão Negativa, ou Certidão Positiva com efeitos de Negativa, emitida pela Secretaria da Fazenda do Estado do domicílio ou sede do **CONTRATADO**;

5.2.3 Prova de regularidade para com a **Fazenda Municipal**, mediante apresentação de Certidão Negativa, ou Certidão Positiva com efeitos de Negativa, emitida pela Secretaria da Fazenda do Município do domicílio ou sede do **CONTRATADO**;

Obs.: No caso da Fazenda Municipal, a comprovação dar-se-á pela apresentação de Certidão Negativa de Débitos Mobiliários e de Certidão Negativa de Débitos Imobiliários. Considerando o fato que existem municípios que expedem certidão conjunta, abrangendo todos os débitos porventura existentes com o Erário Municipal, a regularidade poderá ser comprovada através de apresentação cumulativa de certidão negativa de débitos mobiliários e de certidão negativa de débitos imobiliários.

5.2.4 Prova de regularidade de situação relativa à **Seguridade Social**, demonstrando o cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei, mediante apresentação de Certidão Negativa de Débito ou Certidão Positiva com efeito de negativa, relativa às contribuições previdenciárias e às de terceiros, emitida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil;

5.2.5 Prova de regularidade de situação relativa ao **Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS)**, demonstrando o cumprimento dos encargos sociais instituídos

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 14

por lei, mediante apresentação de Certificado de Regularidade do FGTS (CRF), emitido pela Caixa Econômica Federal (CEF);

5.2.6 Prova de regularidade perante a **Justiça do Trabalho**, mediante apresentação de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT) ou Certidão Positiva com efeitos de Negativa, de acordo com a Lei Federal nº 12.440/2011;

5.3 - Os pagamentos ou parte dos mesmos poderão ser suspensos ou retidos, uma vez comunicado ao **CONTRATADO**, até que este cumpra integralmente a condição contratual infringida, nos seguintes casos:

5.3.1 - Inobservância de condições e cláusulas contratuais;

5.3.2 - Danos causados à **PBGÁS** ou a terceiros.

5.4 Caso a **PBGÁS** deixe de cumprir com o pagamento na data prevista (desde que tenham sido cumpridas pelo **CONTRATADO** as exigências e datas de protocolo referentes), o valor do pagamento será atualizado monetariamente através do INPC – Pro Rata Tempore.

CLÁUSULA SEXTA – REAJUSTE

6.1 Os preços contratados serão fixos e irreajustáveis.

6.2 Após o período de 12 (doze) meses, os preços poderão ser reajustados pela tabela vigente da SINAPRO/PB, caso esta tenha sido reajustada

6.3 Fica suspensa a aplicação de reajustamento enquanto viger vedação por legislação federal.

6.4 Caso a Legislação Federal determine novos parâmetros para os reajustamentos contratuais, com periodicidade inferior a 12 (doze) meses, será firmado Termo de Aditamento ou mediante simples apostilamento, no sentido de se adequar às novas normas ressalvado o equilíbrio econômico-financeiro do mesmo, e, na moeda vigente na época.

6.5 O reajuste de preços dar-se-á após parecer jurídico e decisão fundamentada da Administração e se materializará mediante aditivo contratual ou simples apostilamento.

CLÁUSULA SÉTIMA – PRAZOS

7.1 Prazo de Vigência do Contrato

7.1.1 O presente Contrato terá vigência de 12 (doze) meses, a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado mediante aditamento contratual em conformidade com o Art. 57 da Lei 8.666/93.

CLÁUSULA OITAVA – GARANTIA DE CUMPRIMENTO DAS OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 14

8.1 O **CONTRATADO** deverá apresentar, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados a partir da data da emissão da primeira Autorização de Serviços (AS), a Garantia do Cumprimento das Obrigações Contratuais, por qualquer uma das formas previstas no Artigo 56, §1º, da Lei 8.666/93, no valor correspondente ao percentual de 5% (cinco por cento) do valor do Contrato.

8.1.1 Esta Garantia deverá ser válida durante a vigência do Contrato, e será devolvida após a sua execução e, quando em dinheiro, atualizada monetariamente pelo **INPC** - Índice Nacional de Preços ao Consumidor emitido pelo **IBGE**.

8.2 No caso de aditamento de prazo e/ou valor do Contrato, a Garantia deverá ser renovada pelo mesmo período e/ou percentual do valor aditado.

8.3 Caso a garantia, ou parte dela, seja utilizada em pagamento de qualquer obrigação, inclusive multas contratuais ou indenizações a terceiros, o **CONTRATADO** obriga-se a repô-la ou complementá-la, no valor correspondente ao efetivamente utilizado, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contado da data em que for notificado pela **PBGÁS**.

8.4 A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, após a execução do contrato, em conformidade com o § 4º do art. 56 da Lei nº 8.666/93.

CLÁUSULA NONA - DIREITOS, OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADES DAS PARTES

9.1 - Além das obrigações constantes no **Anexo 1 – DESCRIÇÃO DO OBJETO DA LICITAÇÃO** deste Contrato, obriga-se o **CONTRATADO**:

9.1.1 Responsabilizar-se integralmente pela perfeita execução do objeto contratado, não podendo eximir-se, ainda que parcialmente, atribuindo quaisquer falhas ou deficiências da execução do serviço a erros de especificação.

9.1.2 Preservar e manter a **PBGÁS** a salvo de quaisquer reivindicações, demandas, queixas e representações de qualquer natureza, decorrentes de sua ação ou omissão.

9.1.3 Além dos casos decorrentes da legislação em vigor, o **CONTRATADO** é responsável exclusivo, para com a **PBGÁS** ou para com terceiros, por:

- Defeitos decorrentes de inobservância ou infração das condições do presente **CONTRATO**, de seus documentos complementares, das leis, regulamentos ou posturas em vigor;
- Infração de direitos de uso de processos protegidos por marcas ou patentes, respondendo pelas indenizações, taxas e comissões devidas, bem como por qualquer reclamação resultante do mau uso que deles fizer.

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 14

9.1.4 O **CONTRATADO** é obrigado a manter as obrigações assumidas e as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação, durante toda a execução do contrato.

9.1.5 Comunicar, imediatamente e por escrito, à **PBGÁS**, tão logo sejam do seu conhecimento os procedimentos fiscais, ainda que de caráter interpretativo, os quais possam ter reflexos financeiros sobre o contrato.

9.1.6 A mão de obra empregada pelo **CONTRATADO**, na execução do objeto do contrato, não terá nenhuma vinculação empregatícia com a **PBGÁS**, descabendo, portanto, imputação de qualquer obrigação social a esta, observando-se o disposto no art. 71, da Lei nº 8.666/93.

9.1.7 Dentro do prazo da prescrição legal, o **CONTRATADO** deverá se responsabilizar pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados e prepostos, bem como se obrigar por quaisquer responsabilidades de ações judiciais que venham a ser atribuídas à **PBGÁS** em decorrência deste Contrato.

9.1.8 O **CONTRATADO** é obrigado a reparar, corrigir ou substituir, às suas expensas exclusivas, sem transferência de ônus de qualquer natureza para a **PBGÁS**, no total ou em parte, o objeto do contrato em que se verifiquem defeitos ou incorreções.

9.1.9 O **CONTRATADO** é responsável pelos danos causados diretamente à **PBGÁS** ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento pelo órgão interessado.

9.1.10 Quanto à execução dos serviços:

9.1.10.1 Iniciar a prestação/execução dos serviços após a assinatura do Contrato, mediante solicitação da **PBGÁS**.

9.1.10.2 Prestar à **PBGÁS** os serviços ora contratados, obrigando-se a não assumir encargos de qualquer natureza, salvo por explícita concordância da **PBGÁS**.

9.1.10.3 Efetuar e apresentar, antes das subcontratações, cotações de preços para aquisição de suprimentos, com pelo menos **03 (três) fornecedores**, remetendo à **PBGÁS** para **prévio** exame e aprovação. A cada processo de cotação de preços, a **PBGÁS** reserva-se o direito de efetuar novas cotações, visando à obtenção da proposta mais vantajosa para Administração.

9.1.10.4 Todas as contratações de serviços de produção, sejam com ou sem os serviços de supervisão, deverão, obrigatoriamente, ser autorizadas pela Gerência de Comunicação Institucional (GCI) da **PBGÁS**.

9.1.10.5 Apresentar à **PBGÁS** todas as estimativas de custos para prestação dos serviços e outros subcontratados que lhe forem incumbidos.

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 14

9.1.10.6 Efetuar todos os pagamentos decorrentes de serviços executados por ordem da **PBGÁS**, dentro das condições e prazos estipulados nas faturas originais de serviços, responsabilizando-se civil e criminalmente pelo não cumprimento destas obrigações;

9.1.10.7 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos financeiros e que redundem em aumento de despesas ou perdas de descontos;

9.1.10.8 Administrar e executar todos os contratos firmados com terceiros respondendo por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a própria **PBGÁS**.

9.1.10.9 A empresa licitante vencedora responderá pelas consequências resultantes de qualquer ação judicial movida por terceiros contra a **PBGÁS**, com base na legislação de proteção a industrial ou de direitos autorais, relacionados com os serviços, objeto do presente contrato;

9.1.10.10 Na hipótese do **CONTRATADO** violar direitos do autor e os direitos que lhe são conexos previstos na legislação específica, no ato da cessão dos referidos direitos à **PBGÁS**, será a mesma responsável pelos danos causados, além de outras cominações legais;

9.1.10.11 Não assumir quaisquer despesas em nome e por conta da **PBGÁS**, sem sua expressa autorização;

9.1.10.12 Informar à **PBGÁS** toda e qualquer excepcionalidade ocorrida durante a prestação do serviço, para que sejam tomadas as providências necessárias.

9.1.10.13 Ao vencedor da licitação, fica expressamente proibida a negociação de faturas ou títulos de crédito com instituições financeiras

9.1.10.14 Responsabilizar-se pelos danos causados à **PBGÁS** ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento pela **PBGÁS**;

9.1.10.15 Responsabilizar-se por quaisquer acidentes de que possam ser vítimas seus empregados e prepostos, quando nas dependências dessa **PBGÁS** ou em outro local, executando o objeto da licitação, devendo adotar as providências que, a respeito, exigir a legislação em vigor;

9.1.10.16 Solucionar todos os eventuais problemas pertinentes ou relacionados com a execução do objeto da licitação, mesmo que para isso outra solução não prevista neste Edital tenha que ser apresentada para aprovação e implementação, sem ônus adicionais para a **PBGÁS**, desde que de responsabilidade do **CONTRATADO**;

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 14

9.1.10.17 Formalizar a cessão dos direitos de propriedade e de utilização dos materiais obtidos durante a prestação de serviços e dos produtos finais que foram gerados;

9.1.10.18 Manter total sigilo sobre os serviços executados, vedada a divulgação de qualquer informação sem a prévia autorização da **PBGÁS**.

9.1.10.19 Não sobrepor os planos de incentivo aos interesses do anunciante, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

9.1.10.20 O **CONTRATADO** só poderá reservar e comprar espaço e/ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta do respectivo anunciante, se previamente os identificar e tiver sido por ele expressamente autorizada.

9.1.10.21 Para o fornecimento de bens ou serviços especializados, exceto no que tange à compra de mídia, o **CONTRATADO** observará as seguintes condições:

- a) fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;
- b) apresentar, pelo menos, 3 (três) orçamentos coletados entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
- c) 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;
- d) a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável;
- e) juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de inscrição do fornecedor no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativo ao seu domicílio ou sede, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o serviço a ser fornecido.

9.1.10.22 O **CONTRATADO** deverá, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos.

9.2 Obriga-se a **PBGÁS** a:

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 14

9.2.1 Fornecer ao **CONTRATADO** todos os elementos que se fizerem necessários à compreensão das especificações dos serviços e das condições contratuais, colaborando com o **CONTRATADO**, quando solicitado, no seu estudo e interpretação.

9.2.2 Efetuar os pagamentos devidos na forma e condições estabelecidas na Cláusula Quinta, deste Contrato.

9.2.3 Notificar, por escrito, o **CONTRATADO**, fixando-lhe o prazo para corrigir erros, defeitos ou irregularidades encontradas nos serviços.

9.2.4 Notificar, por escrito, o **CONTRATADO**, da aplicação de eventual penalidade, nos termos da Cláusula Décima - Penalidades, deste Contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA - PENALIDADES

10.1 Pela inexecução total ou parcial do contrato a **PBGÁS** poderá, garantida a prévia defesa, aplicar ao **CONTRATADO** as seguintes sanções:

- a) Advertência;
- b) Multa por atraso no cumprimento dos prazos estabelecidos, as quais serão representadas por percentuais do valor da obrigação em atraso, não excedendo o percentual de 10% (dez por cento) do valor total do contrato, mediante aplicação da seguinte fórmula:

$$M = 0,1 \times A \times F,$$

Onde:

M = percentual representativo da multa;

A = atraso em dias corridos;

F = 3 (Fator crítico relativo à importância do evento).

- b.1) As importâncias relativas às multas serão descontadas dos recebimentos a que o contratado tiver direito.
- c) Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a **PBGÁS**, por prazo não superior a 02 (dois) anos;
- d) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.
- e) Inclusão do fornecedor impedido de licitar com a Administração Pública no CAFIL – PB (Cadastro de Fornecedores Impedido de Licitar com a Administração Pública Estadual), conforme Lei Estadual nº 9.697 de 08 de maio de 2012.

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 14

10.2 As sanções somente poderão ser relevadas em razão de circunstâncias excepcionais, e só serão aceitas justificativas quando formuladas por escrito, fundamentada em fatos reais e comprováveis, a critério do gestor do contrato ou da autoridade superior da **PBGÁS**, e desde que formuladas no prazo legal. A não comunicação desses motivos importará na aplicação da sanção, com perda do direito de alegá-lo, exceto por razões que impossibilitem o aviso.

10.3 Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, sendo facultada a apresentação de defesa prévia, no prazo de 05 (cinco) dias úteis contados da data da intimação para tanto. Decorrido esse prazo, a penalidade passa a ser considerada como aceita na forma como foi apresentada, e não dará o direito do contratado expor qualquer contestação.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – RESCISÃO

11.1 A inexecução total ou parcial deste Contrato pode acarretar a sua rescisão, sem prejuízo das demais sanções, com as conseqüências contratuais e as previstas em Lei ou Regulamento, conforme disposto nos artigos 77 a 80 da Lei 8.666/93.

11.2 Na hipótese de rescisão contratual determinada por ato unilateral e escrito da **PBGÁS** (inciso I do art. 79 da Lei 8.666/93), acarretará as conseqüências estabelecidas no art. 80 da Lei 8.666/93, sem prejuízo das sanções nela previstas.

11.3 Este Contrato poderá ser rescindido caso a soma dos valores das multas aplicadas atinja o limite estabelecido de 10% (dez por cento) do valor total do Contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – ALTERAÇÕES CONTRATUAIS

12.1 Este Contrato poderá ser alterado com as devidas justificativas, de acordo com o Artigo 65 da Lei n.º 8666/93.

12.2 Se necessária uma determinada alteração, será adicionada a seguinte **CLÁUSULA DE QUITAÇÃO** ao Aditamento Contratual:

O FORNECEDOR DÁ À PBGÁS, NESTE ATO, PLENA, RASA E GERAL QUITAÇÃO DE TODOS OS SEUS DIREITOS CORRESPONDENTES AO PERÍODO COMPREENDIDO ENTRE O INÍCIO DA VIGÊNCIA CONTRATUAL ATÉ A PRESENTE DATA, RELATIVOS AO CONTRATO ACIMA MENCIONADO, RESSALVADOS OS REQUERIMENTOS JÁ PROTOCOLIZADOS PERANTE A ADMINISTRAÇÃO E PENDENTES DE ANÁLISE, PARA NADA RECLAMAR, SOB QUALQUER TÍTULO OU PRETEXTO, COM FUNDAMENTO NO CONTRATO ORA ADITADO, EM JUÍZO OU FORA DELE.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DOCUMENTOS COMPLEMENTARES

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 14

13.1 Os seguintes documentos, na ordem em que tiverem sido relacionados, são anexos deste Contrato. Os termos deste Contrato, em caso de dúvidas, prevalecerão sobre os anexos:

- ANEXO 1** – Descrição do Objeto da Licitação;
- ANEXO 2** – Proposta Técnica;
- ANEXO 3** – Proposta de Preços;
- ANEXO 6** – Briefing da Campanha;
- ANEXO 15** – Tabela SINAPRO/PB;

13.2 Edital da Concorrência 001/2014 e seus anexos, aplicáveis e integrantes como se nele estivessem transcritos.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – GERENCIAMENTO E FISCALIZAÇÃO DOS SERVIÇOS

14.2 O Gestor do Contrato e respectivos fiscais serão designados por meio de documento específico emitido pela **PBGÁS**.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DISPOSIÇÕES FINAIS

15.1 Qualquer tolerância de uma das partes na exigência do cumprimento do presente Contrato não constituirá novação, renúncia tácita ou extinção da respectiva obrigação, podendo a mesma ser exigida a qualquer tempo.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – FORO

16.1 Fica eleito o Foro da Comarca de João Pessoa, Estado da Paraíba, que será o competente para dirimir as questões decorrentes do cumprimento deste Contrato, renunciando as partes a qualquer outro por mais privilegiado que seja.

E assim, por estarem justas e contratadas, as partes assinam este Contrato, em 02 (duas) vias de igual teor e forma, juntamente com as testemunhas abaixo.



**EDITAL DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 14**

João Pessoa, _____ de _____ de 2014.

Pela COMPANHIA PARAIBANA DE GÁS - PBGÁS:

GEORGE VENTURA MORAIS
Diretor Presidente

DAVID DOS SANTOS MOUTA
Diretor Administrativo Financeiro

Pelo CONTRATADO:

Sócio

Testemunhas:

Nome:
CPF.:

Nome:
CPF.:



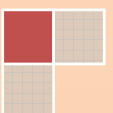
**EDITAL DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 – ANEXO 15**

ANEXO 15 – TABELA SINAPRO

2013



TABELA REFERENCIAL DE SERVIÇOS INTERNOS



AGÊNCIAS FILIADAS

JTP Publicidade e Promoções Ltda.
Signo Comunicação Ltda.
RPG Comunicação Social e Mercadológica Ltda.
Artfinal de Propaganda Ltda.
Cena Oficina de Propaganda e Produção Ltda.
Faz Comunicação Ltda.
Superligas 66 Comunicação Ltda.
Cafécom Publicidade de Propaganda Ltda.
Sopa Club Comunicação Ltda.

INTRUMENTOS LEGAIS QUE REGEM A PUBLICIDADE BRASILEIRA

Lei 4.680/65

Art. 3º - Agência de Propaganda é a pessoa jurídica especializada na arte e técnica publicitária que, através de especialistas, estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos veículos de Divulgação, por ordem e conta de Clientes Anunciantes, com o objetivo de promover a venda de produtos e serviços, difundirem idéias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições colocadas a serviço desse mesmo público.

Art. 4º - São Veículos de Divulgação, para os efeitos desta lei, quaisquer meios de comunicação visual ou auditiva capazes de transmitir mensagens de propaganda ao público, desde que reconhecidos pelas entidades e órgãos de classe, assim considerados associações civis locais e regionais de propaganda, bem como os Sindicatos dos Publicitários.

Art. 5º - Compreende-se por propaganda qualquer forma remunerada de difusão de idéias, mercadorias ou serviços, por parte de um anunciante identificado.

DECRETO 57.690/66

Art. 7º - os serviços de propagandas serão prestados pela Agência mediante contratação, verbal ou escrita, de honorários e reembolso das despesas previamente autorizadas, observadas as Normas-Padrão da publicidade brasileira.

Art. 9º - Nas relações entre Agências e Clientes serão observados os seguintes princípios básicos:

- Para rescisão ou suspensão da propaganda, a parte interessada avisará á outra do seu propósito, com a antecedência mínima de 60 (sessenta) dias, sob pena de responder por perdas e danos.
- A idéia utilizada na propaganda é presumidamente da Agência, não podendo ser explorada por outrem sem que aquela, pela exploração, receba a remuneração justa, ressalvado o disposto no art. 454 da Consolidação das Leis do Trabalho.

Art. 11º - O veículo de Divulgação fixará em tabela a comissão devida aos agenciadores, bem como o desconto atribuído às Agências de Propaganda.

Parágrafo 1º - Comissão é a retribuição, pelo veículo de divulgação, do trabalho profissional do Agenciador de Propaganda, sendo vedada sua transferência, mesmo parcial, para o anunciante.

Parágrafo 2º - Desconto é o abatimento concedido pelo veículo de divulgação como estímulo a agência de propaganda, que dele não poderá utilizar-se para rebaixar os preços da tabela.

Parágrafo 3º - Nenhuma comissão ou desconto ou desconto será concedido sobre a propaganda encaminhada diretamente ao Veículo de Divulgação por qualquer pessoa física ou jurídica que não se classifique como Agenciador de Propaganda e Agência, definidos no presente regulamento.

Art. 12º - Ao Veículo de Divulgação não será permitido descontar da remuneração dos Agenciadores de Propaganda, mesmo parcialmente, os débitos não liquidados por Anunciantes, desde que a propaganda tenha sido formal e previamente aceita por sua direção comercial.

Art. 15º - O faturamento da divulgação será feito em nome do Anunciante, devendo o Veículo de Divulgação remetê-lo à Agência responsável pela propaganda para cobrança

DECRETO 4.563/2002

Art. 1º - O Art. 7º do decreto nº 57.690/66 passa a vigorar com a seguinte redação: Os serviços de Propaganda serão prestados pela Agência mediante contratação de honorários e reembolso das despesas previamente autorizadas, tendo como referência o que estabelece os itens 3.4 a 3.6, 3.10 e 3.11, e seus respectivos subitens, das Normas-Padrão, com as alterações constantes das atas de reunião desse conselho, de 13 de fevereiro, 29 de março e 31 de julho do ano de 2001, devidamente registradas em cartório.

NORMAS-PADRÃO DA PROPAGANDA – CENP

2.5.1 – Toda Agência que alcançar as metas de qualidades estabelecidas pelo CENP, comprometendo-se com os custos e atividades a ela relacionadas, habilitar-se-á ao recebimento do “Certificado de Qualificação Técnica”, conforme o art. 17 inciso I alínea “f” do Decreto nº 57.690/66, e fará jus ao “desconto padrão de agência” no inferior a 20% (vinte por cento) sobre o valor dos negócios que encaminhar o Veículo por conta e ordem de seus Clientes.

2.7 – É facultado a Agência reverter parcela do seu “desconto padrão de agência” em favor do respectivo Anunciante, observando os preceitos estabelecidos nos itens 3.5 e 4.4 destas Normas-Padrão.

2.8 – É facultada, com exceção á regra do item 3.6.1 a negociação entre Agências e Anunciantes dos honorários sobre os serviços e suprimentos externos, desde que seja expressivo o investimento bruto anual a ser aplicado em publicidade pelo anunciante através da Agência contratada, bem como que a verba de mídia seja, pelo menos, duas vezes maior que a produção.

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

3.5 – Nas transações entre Anunciantes e Agências, tendo por objetivo a parcela negociável do “desconto padrão de agência”, adotará como referência de melhor prática os parâmetros contidos no ANEXO “B” das Normas-Padrão.

ANEXO “B”

SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS

Instruído pelo item 4.4 nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária

Investimento bruto anual em mídia e as parcelas do investimento bruto “desconto padrão de Agência” a reverter ao anunciante.

- Até R\$ 2.500.000,00 – 0%
- De R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00 - até 2% (dois por cento) do investimento bruto.
- De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00 – até 3% (três por cento) do investimento bruto.
- De R\$ 25.000.000,01 em diante – até 5% (cinco por cento) do investimento bruto.

3.6 – Todos os demais serviços e suprimentos que terão o seu custo coberto pelo cliente deverão ser adequadamente orçados e requererá prévia e expressa autorização do Cliente para a sua execução. O custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência, será calculado com base em parâmetros referenciais estabelecidos pelo Sindicato da base territorial onde a Agência estiver localizada e não será acrescido de honorários nem de quaisquer encargos.

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

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

3.10 – Como alternativa à remuneração através do “desconto padrão de agência” é facultada a contratação de serviços de Agência de Publicidade mediante “fees” ou “honorários de valor fixo”, a serem ajustados por escrito entre Anunciante e Agência, respeitando o disposto no item 2.9 destas Normas-Padrão.

Item 2.9 - Conforme determina o art. 17 inciso I alínea “f” do Dec. 57.690/66, é vedada a contratação de propaganda em condições antieconômicas, anti-concorrenciais, ou que importem em concorrência desleal, podendo o CENP, diante de tais condutas, aplicar as sanções previstas no art. 61 dos seus Estatutos, bom como representar à autoridade competente para a imposição das sanções previstas na legislação aplicável.

3.10.1 – O “fee” poderá ser cumulativo ou alternativo à remuneração de Agência decorrente da veiculação (“desconto padrão de agência”), de produção externa, de produção internas e de outros trabalhos eventuais e excepcionais, tais como serviços de relações públicas de imprensa etc.

3.10.2 – Em qualquer situação ou modalidade de aplicação do “fee”, a Agência deverá ser remunerada em valor igual ou aproximado ao que ela receberia, caso fosse remunerada na forma do item 2.5.1, sempre de comum acordo entre as partes, contanto que os serviços contratados por esse sistema sejam abrangidos no item 3.1 e que sejam preservados os princípios nos itens 2.7, 2.8, 2.9 e 3.4.

3.10.3 - Para adequação dos valores de remuneração de agência através de “fee”, como forma de evitar a transferência ou concessão de benefícios ao cliente/anunciante pela agência, contrariando as normas-padrão, bem como as normas legais aplicáveis à espécie, recomenda-se a revisão, a cada 06(seis) meses, dos valores efetivamente aplicados ao Cliente/Anunciante em publicidade, em comparação aos valores orçados inicialmente (“budgets” de publicidade) e que tenham servido como parâmetro para a fixação dos valores do “fee”.

3.11 – Refere-se a contratação com o setor público. Nas contratações com o setor público, os anunciantes de cada poder e Esfera Administrativa serão considerados como departamentos de um só anunciante, para efeito de aplicação dos dispositivos econômicos destas Normas-Padrão, ainda que os contratos sejam celebrados separadamente com cada órgão, autarquia, empresa, fundação, sociedade de economia mista ou outro tipo de entidade governamental.

3.11.1 – Consideram-se Esferas Administrativas distintas o Município, o Estado e a União.

3.11.2 - O disposto neste item aplica-se à:

- a) reversão da parcela do “desconto de agência”, de que tratam os itens 2.7, 3.5 e 4.4;
- b) negociação do custo dos serviços internos, de que trata o item 3.6, que poderão ser integralmente eliminados/excluídos/suprimidos;
- c) negociação dos honorários incidentes sobre os serviços, de que trata o item 3.6.1, ressalvando que os referidos honorários poderão ser integralmente eliminados/excluídos/suprimidos quando se tratar de ação de comunicação que geram veiculação;
- d) negociação dos honorários de que trata o item 3.6.2.

4.4 – A Agência poderá reverter ao seu cliente parcela “desconto padrão de agência” a que faz jus, observados os parâmetros contidos no ANEXO “B” – SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS, os quais poderão ser revistos pelo Conselho Executivo do CENP.

PROCEDIMENTOS ÉTICOS

Entre outros critérios éticos fixados na Carta Compromisso, firmado por agências ao SINAPRO e associadas à ABAP, destacam-se as regras de comportamento recomendadas para nortear as ações de prospecção que são consideradas atitudes naturais e legítimas na esfera dos negócios de prestação de serviço de publicidade, que podem ser feitas através de envio de folders, portfólios, cartas de apresentação etc, que informam a respeito dos vários requisitos das agências que atuam no mercado. No entanto, é consenso de todas as agências que zelam por um relacionamento ético entre elas que sejam ressaltadas duas questões:

PROSPECCÃO:

- a) Não apresentar ao prospect peças ou campanhas não solicitadas (as chamadas “campanhas exploratórias”), a não ser que o cliente em potencial solicite por escrito um determinado trabalho para avaliar a performance da agência.
- b) Não oferecer propostas de negócios que possam prejudicar o relacionamento comercial com a Agência detentora da conta.

CONCORRÊNCIA

- a) As normas de comportamentos, recomendadas pelo Conselho de Ética, referem-se especialmente às concorrências do setor privado. Quanto às concorrências público que deverão ser regidas por Editais e enquadradas na lei 12.232/10, lembrando que, quando elas não obedecerem às Normas-Padrão, orientadas por Lei, pelo CENP, cabem recursos visando tais casos anômalos.
- b) É desejável que as agências convidadas para uma concorrência do setor privado solicitem a empresa proponente o nome das outras agências engajadas, invocando, se for oportuno, a existência de uma Carta- Compromisso entre as agências de publicidade recomendando essa prática.
- c) Tratar da relação comercial após o resultado da definição técnica, de acordo com a recomendação das entidades representativas.

IMPORTANTE

- Os preços aqui relacionados não contemplam custos com produção, impressão, edição, áudio, trilha, direção, iluminação, efeitos especiais, cópias, cachês e despesas operacionais, composição, arranjo, foto, ilustração especial ou concessão de imagem, entre outros serviços de terceiros, os quais deverão ser orçados especialmente para cada trabalho. Os aspectos de produção técnica de cada item deverão levar em consideração o envolvimento direto dos prestadores dos serviços em questão.

- Todas as empresas efetuadas a serviço do cliente serão previamente efetuadas a serviço do cliente, comprovadas, sendo debitadas pelo preço de custo sem incidência de honorários ou comissões, mas acrescidas dos impostos da emissão de nota. Exemplos: viagem, diárias, transportes, alimentação, comunicação em geral, Xerox etc.
- Todos os preços previstos nesta tabela têm como base a peça mais simples. Portanto, qualquer peça considerada especial deverá ter negociação à parte.
- Os custos não previstos nos itens desta tabela deverão ser analisados caso a caso.
- Como forma de preservar legalmente a relação comercial entre Cliente e Agência, indica-se a formalização de relação através de contrato-padrão, disponibilizado por este sindicato.

Validade

A presente **Tabela Referencial de Serviços Internos**, editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Paraíba – **Sinapro Paraíba**, é válida para o período de 01 de julho de 2013 a 30 de junho de 2014.

João Pessoa/PB, julho de 2013.

Anúncio de Jornal	Criação	Finalização	Total
Até 1/4 de página	R\$ 317,70	R\$ 741,30	R\$ 1.059,00
Até 1/3 de página	R\$ 355,20	R\$ 828,80	R\$ 1.184,00
Até 1/2 de página	R\$ 535,80	R\$ 1.250,20	R\$ 1.786,00
até 1 página	R\$ 828,90	R\$ 1.934,10	R\$ 2.763,00
Página Dupla	R\$ 1.348,50	R\$ 3.146,50	R\$ 4.495,00
Anuncio mínimo/rodapé	R\$ 252,00	R\$ 588,00	R\$ 840,00
Anúncio Revista	Criação	Finalização	Total
Página Dupla	R\$ 948,30	R\$ 2.212,70	R\$ 3.161,00
1 página	R\$ 613,20	R\$ 1.430,80	R\$ 2.044,00
1/2 página	R\$ 350,40	R\$ 817,60	R\$ 1.168,00
1/3 página	R\$ 253,20	R\$ 590,80	R\$ 844,00
1/4 página	R\$ 192,90	R\$ 450,10	R\$ 643,00
2/3 página	R\$ 537,60	R\$ 1.254,40	R\$ 1.792,00
Valor mínimo	R\$ 147,90	R\$ 345,10	R\$ 493,00
Rodapé especial	R\$ 172,20	R\$ 401,80	R\$ 574,00
Publicidade Legal	Criação	Finalização	Total
(Atas/Avisos/balanços/balancetes/editais)			
Página Dupla	R\$ 791,40	R\$ 1.846,60	R\$ 2.638,00
1 de página	R\$ 432,60	R\$ 1.009,40	R\$ 1.442,00
1/2 de página	R\$ 321,00	R\$ 749,00	R\$ 1.070,00
1/3 de página	R\$ 257,40	R\$ 600,60	R\$ 858,00
1/4 de página	R\$ 198,30	R\$ 462,70	R\$ 661,00
1/6 de página	R\$ 48,00	R\$ 112,00	R\$ 160,00
valor mínimo	R\$ 37,50	R\$ 87,50	R\$ 125,00
Logotipia	Criação	Finalização	Total
Marca/logotipo empresa	R\$ 1.894,50	R\$ 4.420,50	R\$ 6.315,00
Marca/logotipo produto	R\$ 1.515,30	R\$ 3.535,70	R\$ 5.051,00
Marca/logotipo imobiliário	R\$ 1.288,50	R\$ 3.006,50	R\$ 4.295,00
Marca/logotipo evento	R\$ 1.391,10	R\$ 3.245,90	R\$ 4.637,00
Marca/logotipo reformulação	R\$ 1.420,80	R\$ 3.315,20	R\$ 4.736,00
Manual de identidade visual	R\$ 217,80	R\$ 508,20	R\$ 726,00

Peças gráficas	Criação	Finalização	Total
Adesivo formato A4	R\$ 322,50	R\$ 752,50	R\$ 1.075,00
Adesivo formato A3	R\$ 538,20	R\$ 1.255,80	R\$ 1.794,00
Adesivo de chão	R\$ 135,00	R\$ 315,00	R\$ 450,00
Adesivo/stiker	R\$ 47,40	R\$ 110,60	R\$ 158,00
Adesivos diversos	R\$ 324,00	R\$ 756,00	R\$ 1.080,00
Adesivo de carros	R\$ 306,60	R\$ 715,40	R\$ 1.022,00
Agenda	R\$ 1.089,30	R\$ 2.541,70	R\$ 3.631,00
Agenda desenv. p/pag.(lay-out/texto)	R\$ 100,80	R\$ 235,20	R\$ 336,00
Agenda apenas capa	R\$ 573,60	R\$ 1.338,40	R\$ 1.912,00
Apostila	R\$ 809,70	R\$ 1.889,30	R\$ 2.699,00
Apostila desenv. p/ pag. (lay-out/texto)	R\$ 100,80	R\$ 235,20	R\$ 336,00
Apresentação em flash	R\$ 1.024,80	R\$ 2.391,20	R\$ 3.416,00
Apresentação em power point	R\$ 717,30	R\$ 1.673,70	R\$ 2.391,00
Aplicação de marca	R\$ 196,20	R\$ 457,80	R\$ 654,00
Agulheiro	R\$ 47,40	R\$ 110,60	R\$ 158,00
Arte Slide	R\$ 79,80	R\$ 186,20	R\$ 266,00
Arte Tv	R\$ 30,90	R\$ 72,10	R\$ 103,00
Bandô	R\$ 237,30	R\$ 553,70	R\$ 791,00
Bandeira	R\$ 189,30	R\$ 441,70	R\$ 631,00
Bandeirola	R\$ 257,40	R\$ 600,60	R\$ 858,00
Baralho	R\$ 80,70	R\$ 188,30	R\$ 269,00
Banner	R\$ 257,10	R\$ 599,90	R\$ 857,00
Backdrop	R\$ 253,50	R\$ 591,50	R\$ 845,00
Bola/Balão festas	R\$ 14,40	R\$ 33,60	R\$ 48,00
Bloco de anotação	R\$ 226,50	R\$ 528,50	R\$ 755,00
Boné	R\$ 209,40	R\$ 488,60	R\$ 698,00
Botton	R\$ 198,00	R\$ 462,00	R\$ 660,00
Broadside	R\$ 752,70	R\$ 1.756,30	R\$ 2.509,00
Bula	R\$ 126,00	R\$ 294,00	R\$ 420,00
Brindes (por peça)	R\$ 230,70	R\$ 538,30	R\$ 769,00
Braçadeira	R\$ 14,40	R\$ 33,60	R\$ 48,00
Caneca	R\$ 256,50	R\$ 598,50	R\$ 855,00
Caixa de fósforos	R\$ 30,90	R\$ 72,10	R\$ 103,00
Calendário por lâmina	R\$ 328,50	R\$ 766,50	R\$ 1.095,00
Calendário bolso	R\$ 224,10	R\$ 522,90	R\$ 747,00
Camisa/Camiseta	R\$ 217,80	R\$ 508,20	R\$ 726,00
Caneta/canivete	R\$ 177,30	R\$ 413,70	R\$ 591,00
Capa caderno	R\$ 573,60	R\$ 1.338,40	R\$ 1.912,00
Capa carnê	R\$ 96,00	R\$ 224,00	R\$ 320,00
Catálogo	R\$ 693,60	R\$ 1.618,40	R\$ 2.312,00
Catálogo desenv. P/pag.(lay-out/texto)	R\$ 100,80	R\$ 235,20	R\$ 336,00
Catálogo até 16 páginas	R\$ 1.229,70	R\$ 2.869,30	R\$ 4.099,00
Catálogo até 48 páginas	R\$ 2.459,40	R\$ 5.738,60	R\$ 8.198,00
Capa de chuva	R\$ 236,10	R\$ 550,90	R\$ 787,00

Peças gráficas	Criação	Finalização	Total
Capa catálogo	R\$ 419,70	R\$ 979,30	R\$ 1.399,00
Capa cordel	R\$ 126,30	R\$ 294,70	R\$ 421,00
Capa CD	R\$ 369,60	R\$ 862,40	R\$ 1.232,00
CD encarte	R\$ 1.024,80	R\$ 2.391,20	R\$ 3.416,00
CD-ROM	R\$ 1.434,60	R\$ 3.347,40	R\$ 4.782,00
Capa jornal	R\$ 90,30	R\$ 210,70	R\$ 301,00
Capa de livro	R\$ 573,60	R\$ 1.338,40	R\$ 1.912,00
Capa de relatório	R\$ 573,60	R\$ 1.338,40	R\$ 1.912,00
Capa de revista	R\$ 573,60	R\$ 1.338,40	R\$ 1.912,00
Cartela de preços	R\$ 151,50	R\$ 353,50	R\$ 505,00
Cardápios	R\$ 809,70	R\$ 1.889,30	R\$ 2.699,00
Cardápios desenv. p/ pag. (lay-out/texto)	R\$ 70,50	R\$ 164,50	R\$ 235,00
Cartão de crédito/fidelização	R\$ 642,60	R\$ 1.499,40	R\$ 2.142,00
Cartão natal/ano novo	R\$ 406,80	R\$ 949,20	R\$ 1.356,00
Cartão postal especial	R\$ 389,40	R\$ 908,60	R\$ 1.298,00
Cartela/Tag	R\$ 528,30	R\$ 1.232,70	R\$ 1.761,00
Cartaz	R\$ 173,10	R\$ 403,90	R\$ 577,00
Cartaz A2	R\$ 535,80	R\$ 1.250,20	R\$ 1.786,00
Cartaz A3	R\$ 538,20	R\$ 1.255,80	R\$ 1.794,00
Cartaz A4/A5	R\$ 270,90	R\$ 632,10	R\$ 903,00
Cartazete	R\$ 934,80	R\$ 2.181,20	R\$ 3.116,00
Carta preço varejo	R\$ 42,90	R\$ 100,10	R\$ 143,00
Cartilhas	R\$ 1.434,60	R\$ 3.347,40	R\$ 4.782,00
Cartilhas desenv. p/ pag. (lay-out/texto)	R\$ 809,70	R\$ 1.889,30	R\$ 2.699,00
Cartum/charge/caricatura	R\$ 409,80	R\$ 956,20	R\$ 1.366,00
Caricatura em convenção (sessão 2hrs)	R\$ 336,00	R\$ 784,00	R\$ 1.120,00
Caricatura em convenção (por hr excedente)	R\$ 377,10	R\$ 879,90	R\$ 1.257,00
Carteirinha	R\$ 38,10	R\$ 88,90	R\$ 127,00
Chapéu	R\$ 80,70	R\$ 188,30	R\$ 269,00
Chart fotográfico/manuscrito	R\$ 302,40	R\$ 705,60	R\$ 1.008,00
Chaveiro	R\$ 52,20	R\$ 121,80	R\$ 174,00
Certificado	R\$ 256,20	R\$ 597,80	R\$ 854,00
Cinta	R\$ 192,30	R\$ 448,70	R\$ 641,00
Cinzeiro	R\$ 241,50	R\$ 563,50	R\$ 805,00
Convite	R\$ 269,10	R\$ 627,90	R\$ 897,00
Convite p/ eventos simples	R\$ 433,50	R\$ 1.011,50	R\$ 1.445,00
Convites elaborados	R\$ 601,20	R\$ 1.402,80	R\$ 2.004,00
Copo	R\$ 23,70	R\$ 55,30	R\$ 79,00
Crachá	R\$ 199,80	R\$ 466,20	R\$ 666,00
Cuca fresca	R\$ 158,10	R\$ 368,90	R\$ 527,00
Cupom	R\$ 28,50	R\$ 66,50	R\$ 95,00
Danger/stopper	R\$ 348,90	R\$ 814,10	R\$ 1.163,00
Diploma	R\$ 205,50	R\$ 479,50	R\$ 685,00
Display clássico,take one, especial	R\$ 525,00	R\$ 1.225,00	R\$ 1.750,00

Peças gráficas	Criação	Finalização	Total
Display preço	R\$ 210,00	R\$ 490,00	R\$ 700,00
Encarte CD	R\$ 47,40	R\$ 110,60	R\$ 158,00
Encarte desenv. p/ pag.(lay-out/texto)	R\$ 753,00	R\$ 1.757,00	R\$ 2.510,00
Encarte jornal/revista	R\$ 562,80	R\$ 1.313,20	R\$ 1.876,00
Emblema	R\$ 42,90	R\$ 100,10	R\$ 143,00
Etiqueta	R\$ 518,10	R\$ 1.208,90	R\$ 1.727,00
Floordor	R\$ 745,50	R\$ 1.739,50	R\$ 2.485,00
Faixa de gôndola/Stopper	R\$ 66,00	R\$ 154,00	R\$ 220,00
Faixa de rua	R\$ 220,50	R\$ 514,50	R\$ 735,00
Ficha de inscrição	R\$ 120,90	R\$ 282,10	R\$ 403,00
Fita/medida	R\$ 135,90	R\$ 317,10	R\$ 453,00
Flâmula	R\$ 42,90	R\$ 100,10	R\$ 143,00
Forração de gôndolas/stopper	R\$ 159,00	R\$ 371,00	R\$ 530,00
Traseira de Gôndola/stopper	R\$ 358,20	R\$ 835,80	R\$ 1.194,00
Folder	R\$ 712,50	R\$ 1.662,50	R\$ 2.375,00
Folder especial lanç. imobiliário até 16 pag.	R\$ 1.844,40	R\$ 4.303,60	R\$ 6.148,00
Folder especial lanç. imobiliário até 48 pag.	R\$ 3.689,10	R\$ 8.607,90	R\$ 12.297,00
Folheto técnico (p/ página)	R\$ 117,60	R\$ 274,40	R\$ 392,00
Galhardete	R\$ 208,50	R\$ 486,50	R\$ 695,00
Gargalheira	R\$ 93,00	R\$ 217,00	R\$ 310,00
Gráfico simples	R\$ 160,80	R\$ 375,20	R\$ 536,00
Guardanapo	R\$ 14,40	R\$ 33,60	R\$ 48,00
Guarda sol	R\$ 197,10	R\$ 459,90	R\$ 657,00
House organ	R\$ 2.049,60	R\$ 4.782,40	R\$ 6.832,00
Imã	R\$ 290,40	R\$ 677,60	R\$ 968,00
Isqueiro	R\$ 256,20	R\$ 597,80	R\$ 854,00
Ilustração simples	R\$ 227,10	R\$ 529,90	R\$ 757,00
Jornais	R\$ 2.013,00	R\$ 4.697,00	R\$ 6.710,00
Jornais desenv. p/ pag.(lay-out/texto)	R\$ 100,80	R\$ 235,20	R\$ 336,00
Livro (diagramação p/ pag.)	R\$ 230,70	R\$ 538,30	R\$ 769,00
Lápis	R\$ 225,00	R\$ 525,00	R\$ 750,00
Lenço	R\$ 177,30	R\$ 413,70	R\$ 591,00
Leque/abanador	R\$ 285,00	R\$ 665,00	R\$ 950,00
Mouse Pad	R\$ 373,20	R\$ 870,80	R\$ 1.244,00
Manuais	R\$ 809,70	R\$ 1.889,30	R\$ 2.699,00
Mala direta padrão	R\$ 291,90	R\$ 681,10	R\$ 973,00
Mala direta especial	R\$ 699,00	R\$ 1.631,00	R\$ 2.330,00
Mapa localização ilustrado	R\$ 600,00	R\$ 1.400,00	R\$ 2.000,00
Mapa localização simples	R\$ 360,00	R\$ 840,00	R\$ 1.200,00
Marcador página	R\$ 249,90	R\$ 583,10	R\$ 833,00
Medalha	R\$ 174,00	R\$ 406,00	R\$ 580,00
Mostruários	R\$ 2.459,40	R\$ 5.738,60	R\$ 8.198,00
Móbile (p/ peça)	R\$ 38,10	R\$ 88,90	R\$ 127,00
Nécessaire	R\$ 306,30	R\$ 714,70	R\$ 1.021,00
Newsletter	R\$ 630,00	R\$ 1.470,00	R\$ 2.100,00

Peças gráficas	Criação	Finalização	Total
Painel fotográfico	R\$ 302,40	R\$ 705,60	R\$ 1.008,00
Panfletos (até A4 - por lâmina)	R\$ 237,90	R\$ 555,10	R\$ 793,00
Parador gôndola	R\$ 173,70	R\$ 405,30	R\$ 579,00
Pasta / impressão silk	R\$ 80,70	R\$ 188,30	R\$ 269,00
Pasta	R\$ 47,40	R\$ 110,60	R\$ 158,00
Placa comemorativa	R\$ 308,10	R\$ 718,90	R\$ 1.027,00
Placa/painel	R\$ 216,90	R\$ 506,10	R\$ 723,00
Plaqueta	R\$ 149,40	R\$ 348,60	R\$ 498,00
Portfólio	R\$ 2.459,40	R\$ 5.738,60	R\$ 8.198,00
Pôster	R\$ 38,10	R\$ 88,90	R\$ 127,00
Press kit/pasta	R\$ 237,00	R\$ 553,00	R\$ 790,00
Questionário	R\$ 38,10	R\$ 88,90	R\$ 127,00
Revista (diagramação p/ pag.)	R\$ 631,20	R\$ 1.472,80	R\$ 2.104,00
Revista (projeto editorial)	R\$ 5.134,50	R\$ 11.980,50	R\$ 17.115,00
Relatório	R\$ 809,70	R\$ 1.889,30	R\$ 2.699,00
Relatório anual/diretoria (pb-até 36 pag.)	R\$ 5.852,40	R\$ 13.655,60	R\$ 19.508,00
Relatório de diretoria (p/ pag. Adicional)	R\$ 138,90	R\$ 324,10	R\$ 463,00
Relatório desenv. p/ pag.(lay-out/texto)	R\$ 100,80	R\$ 235,20	R\$ 336,00
Régua	R\$ 162,30	R\$ 378,70	R\$ 541,00
Risque-rabisque	R\$ 173,40	R\$ 404,60	R\$ 578,00
Sacola/bolsa	R\$ 259,50	R\$ 605,50	R\$ 865,00
Saia de Gôndola	R\$ 424,20	R\$ 989,80	R\$ 1.414,00
Santinho	R\$ 339,00	R\$ 791,00	R\$ 1.130,00
Saquinho pipoca	R\$ 179,70	R\$ 419,30	R\$ 599,00
Slides	R\$ 809,70	R\$ 1.889,30	R\$ 2.699,00
Selo comemorativo	R\$ 126,00	R\$ 294,00	R\$ 420,00
Tabela	R\$ 747,90	R\$ 1.745,10	R\$ 2.493,00
Tablóide	R\$ 809,70	R\$ 1.889,30	R\$ 2.699,00
Tablóide desenv. p/ pag.(lay-out/texto)	R\$ 70,50	R\$ 164,50	R\$ 235,00
Toalha	R\$ 201,60	R\$ 470,40	R\$ 672,00
Troféu	R\$ 365,40	R\$ 852,60	R\$ 1.218,00
Vinheta p/ embalagem	R\$ 43,50	R\$ 101,50	R\$ 145,00
Viseira	R\$ 198,30	R\$ 462,70	R\$ 661,00
Volante	R\$ 213,90	R\$ 499,10	R\$ 713,00
Woobler	R\$ 462,60	R\$ 1.079,40	R\$ 1.542,00
Mídia Exterior	Criação	Finalização	Total
Outdoor	R\$ 646,80	R\$ 1.509,20	R\$ 2.156,00
Outdoor duplo	R\$ 840,60	R\$ 1.961,40	R\$ 2.802,00
Outdoor envelopado simples	R\$ 646,80	R\$ 1.509,20	R\$ 2.156,00
Outdoor envelopado duplo	R\$ 840,60	R\$ 1.961,40	R\$ 2.802,00
Busdoor	R\$ 401,70	R\$ 937,30	R\$ 1.339,00
Blimp	R\$ 284,40	R\$ 663,60	R\$ 948,00
Empena	R\$ 1.269,90	R\$ 2.963,10	R\$ 4.233,00

Mídia Exterior	Criação	Finalização	Total
Estandarte	R\$ 38,10	R\$ 88,90	R\$ 127,00
Frontlight/back light/ painel rodoviário	R\$ 936,30	R\$ 2.184,70	R\$ 3.121,00
Faixa de avião	R\$ 54,60	R\$ 127,40	R\$ 182,00
Lambe-lambe	R\$ 163,80	R\$ 382,20	R\$ 546,00
Lateral de ônibus	R\$ 173,10	R\$ 403,90	R\$ 577,00
Muro/Tapume	R\$ 153,00	R\$ 357,00	R\$ 510,00
Outibus	R\$ 290,40	R\$ 677,60	R\$ 968,00
Parada de ônibus	R\$ 461,10	R\$ 1.075,90	R\$ 1.537,00
Placa de obra/rua/estrada	R\$ 174,60	R\$ 407,40	R\$ 582,00
Placa street media	R\$ 206,40	R\$ 481,60	R\$ 688,00
Relógio digital	R\$ 311,70	R\$ 727,30	R\$ 1.039,00
Relógio	R\$ 222,90	R\$ 520,10	R\$ 743,00
Táxi door	R\$ 499,20	R\$ 1.164,80	R\$ 1.664,00
Traseira de táxi	R\$ 173,10	R\$ 403,90	R\$ 577,00
Traseira de ônibus - backbus	R\$ 570,00	R\$ 1.330,00	R\$ 1.900,00
Transdoor carro	R\$ 1.190,40	R\$ 2.777,60	R\$ 3.968,00
Transdoor ônibus	R\$ 1.190,40	R\$ 4.340,00	R\$ 6.200,00
Mídia Interior (mobiliário Já existente)	Criação	Finalização	Total
Backlight	R\$ 652,80	R\$ 1.523,20	R\$ 2.176,00
Adesivagem de toailete	R\$ 1.046,40	R\$ 2.441,60	R\$ 3.488,00
Adesivamento de ambiente	R\$ 1.860,00	R\$ 4.340,00	R\$ 6.200,00
Jogo Americano	R\$ 538,20	R\$ 1.255,80	R\$ 1.794,00
Papelaria	Criação	Finalização	Total
Bloco de anotações	R\$ 108,75	R\$ 253,75	R\$ 362,50
Cartão da empresa	R\$ 21,30	R\$ 49,70	R\$ 71,00
Cartão personalizado	R\$ 16,80	R\$ 39,20	R\$ 56,00
Cartão de visita	R\$ 182,40	R\$ 425,60	R\$ 608,00
Envelope simples	R\$ 186,60	R\$ 435,40	R\$ 622,00
Envelope saco/ofício	R\$ 43,50	R\$ 101,50	R\$ 145,00
Papel carta/ofício	R\$ 120,60	R\$ 281,40	R\$ 402,00
Papel embrulhado / presente	R\$ 42,90	R\$ 100,10	R\$ 143,00
Pasta	R\$ 310,20	R\$ 723,80	R\$ 1.034,00
Timbrados/bloco/ post it	R\$ 224,70	R\$ 524,30	R\$ 749,00
Identidade Visual	Criação	Finalização	Total
Empresa	R\$ 2.275,80	R\$ 5.310,20	R\$ 7.586,00
Embalagem (padrão já existente no mercado)	R\$ 809,70	R\$ 1.889,30	R\$ 2.699,00
Identidade visual completa (grande porte)	R\$ 5.644,80	R\$ 13.171,20	R\$ 18.816,00
Identidade visual completa (médio porte)	R\$ 4.500,90	R\$ 10.502,10	R\$ 15.003,00
Identidade visual completa (pequeno porte)	R\$ 3.468,60	R\$ 8.093,40	R\$ 11.562,00

Identidade Visual	Criação	Finalização	Total
Identidade visual - básico	R\$ 860,70	R\$ 2.008,30	R\$ 2.869,00
Imobiliário e evento	R\$ 1.131,60	R\$ 2.640,40	R\$ 3.772,00
Mascote / personagem	R\$ 2.076,00	R\$ 4.844,00	R\$ 6.920,00
Marca	R\$ 1.868,10	R\$ 4.358,90	R\$ 6.227,00
Nome fantasia	R\$ 843,00	R\$ 1.967,00	R\$ 2.810,00
Nome produto	R\$ 889,50	R\$ 2.075,50	R\$ 2.965,00
Nome + marca	R\$ 2.239,80	R\$ 5.226,20	R\$ 7.466,00
Produto	R\$ 1.384,20	R\$ 3.229,80	R\$ 4.614,00
Readaptação de marca antiga	R\$ 981,90	R\$ 2.291,10	R\$ 3.273,00
Rótulo	R\$ 1.052,70	R\$ 2.456,30	R\$ 3.509,00
Símbolo	R\$ 698,40	R\$ 1.629,60	R\$ 2.328,00
Slogan	R\$ 1.065,90	R\$ 2.487,10	R\$ 3.553,00
Uniforme (cada)	R\$ 479,10	R\$ 1.117,90	R\$ 1.597,00
Embalagens	Criação	Finalização	Total
Berço	R\$ 651,00	R\$ 1.519,00	R\$ 2.170,00
Caixa display de produto	R\$ 1.308,00	R\$ 3.052,00	R\$ 4.360,00
Cartela com saco	R\$ 510,90	R\$ 1.192,10	R\$ 1.703,00
Caixa de embarque	R\$ 686,70	R\$ 1.602,30	R\$ 2.289,00
Embalagem	R\$ 2.715,00	R\$ 6.335,00	R\$ 9.050,00
Embalagem (reformulação ou melhora)	R\$ 1.381,50	R\$ 3.223,50	R\$ 4.605,00
Embalagem blister/sampling	R\$ 561,60	R\$ 1.310,40	R\$ 1.872,00
Embalagem de linha de produtos *	R\$ 8.269,80	R\$ 19.296,20	R\$ 27.566,00
Embalagem promocional	R\$ 901,50	R\$ 2.103,50	R\$ 3.005,00
Mockup (sem custo terceirizado)	R\$ 2.129,70	R\$ 4.969,30	R\$ 7.099,00
Rótulo	R\$ 1.243,20	R\$ 2.900,80	R\$ 4.144,00
Rótulo (reformulação ou melhora)	R\$ 816,30	R\$ 1.904,70	R\$ 2.721,00
Refação Adicional de 30%			
*até 5 embalagens			
Materiais especiais	Criação	Finalização	Total
Balcão para degustação	R\$ 948,60	R\$ 2.213,40	R\$ 3.162,00
Display de ponta de gôndola	R\$ 1.222,20	R\$ 2.851,80	R\$ 4.074,00
Display de vitrine	R\$ 1.123,50	R\$ 2.621,50	R\$ 3.745,00
House Organ (4 paginas)	R\$ 982,50	R\$ 2.292,50	R\$ 3.275,00
House Organ (p/ pag. adicional)	R\$ 195,60	R\$ 456,40	R\$ 652,00
Embalagem para relatório de diretoria	R\$ 730,50	R\$ 1.704,50	R\$ 2.435,00
Empenas de prédio			orç. específico
Envelopamento de prédio			orç.especifico
Envelopamento de trens			orç. Especifico

Materiais especiais	Criação	Finalização	Total
Identidade corporativa			orç. específico
Impressos especiais			orç. específico
Pinturas de frota			orç. específico
Símbolos			orç. específico
Sinalização Interna			orç. específico
Tratamento de imagem	R\$ 476,40	R\$ 1.111,60	R\$ 1.588,00
Trios elétricos			orç. específico
Vitrines			orç. específico
Refação adicional mínimo de 30%			
Programação visual em mobiliário já existente	Criação	Finalização	Total
Stand de feira	R\$ 1.500,30	R\$ 3.500,70	R\$ 5.001,00
Ponto de venda	R\$ 846,30	R\$ 1.974,70	R\$ 2.821,00
Inflável	R\$ 693,90	R\$ 1.619,10	R\$ 2.313,00
Totem	R\$ 538,20	R\$ 1.255,80	R\$ 1.794,00
Lixeiras	R\$ 273,30	R\$ 637,70	R\$ 911,00
Programação visual e criação de mobiliário	Criação	Finalização	Total
Balcão para degustação	R\$ 1.385,40	R\$ 3.232,60	R\$ 4.618,00
Stand de Feira	R\$ 2.492,10	R\$ 5.814,90	R\$ 8.307,00
Ponto de venda	R\$ 1.385,40	R\$ 3.232,60	R\$ 4.618,00
Lixeiras	R\$ 406,80	R\$ 949,20	R\$ 1.356,00
Planejamento promocional	Criação	Finalização	Total
Ação promocional	R\$ 3.696,90	R\$ 8.626,10	R\$ 12.323,00
Calendário promocional	R\$ 4.047,00	R\$ 9.443,00	R\$ 13.490,00
Campanhas incentivos e / ou relacionamento	R\$ 4.717,80	R\$ 11.008,20	R\$ 15.726,00
Convenção	R\$ 6.599,70	R\$ 15.399,30	R\$ 21.999,00
Eventos	R\$ 6.599,70	R\$ 15.399,30	R\$ 21.999,00
Guerrilha	R\$ 14.142,00	R\$ 32.998,00	R\$ 47.140,00
Lançamento de empresa	R\$ 11.549,40	R\$ 26.948,60	R\$ 38.498,00
Lançamento/relançamento de produto	R\$ 6.599,70	R\$ 15.399,30	R\$ 21.999,00
Lançamento imobiliário	R\$ 6.599,70	R\$ 15.399,30	R\$ 21.999,00
Participação	R\$ 6.599,70	R\$ 15.399,30	R\$ 21.999,00
Planejamento anula de produto/marca	R\$ 11.549,40	R\$ 26.948,60	R\$ 38.498,00
Planejamento de convenção	R\$ 4.023,00	R\$ 9.387,00	R\$ 13.410,00
Planejamento de eventos	R\$ 4.023,00	R\$ 9.387,00	R\$ 13.410,00
Planejamento de ação promocional	R\$ 3.223,50	R\$ 7.521,50	R\$ 10.745,00
Planejamento de marketing político			a definir
Planejamento de comunicação	R\$ 4.949,40	R\$ 11.548,60	R\$ 16.498,00
Refação mínimo de 30%			

Criação Campanha	Criação	Finalização	Total
Criação de tema/conceito de campanha	R\$ 2.027,10	R\$ 4.729,90	R\$ 6.757,00
Imobiliária	R\$ 2.814,90	R\$ 6.568,10	R\$ 9.383,00
Produto	R\$ 3.894,00	R\$ 9.086,00	R\$ 12.980,00
Varejo	R\$ 2.664,30	R\$ 6.216,70	R\$ 8.881,00
Institucional público/privado	R\$ 3.894,00	R\$ 9.086,00	R\$ 12.980,00
Serviço, comunicação, educação, cultura, turismo	R\$ 2.664,30	R\$ 6.216,70	R\$ 8.881,00
Ecologia	R\$ 1.434,60	R\$ 3.347,40	R\$ 4.782,00
Responsabilidade social	R\$ 1.434,60	R\$ 3.347,40	R\$ 4.782,00
Não mídia	R\$ 5.124,00	R\$ 11.956,00	R\$ 17.080,00
Internet	R\$ 5.124,00	R\$ 11.956,00	R\$ 17.080,00
* Ação finalização e computação gráfica das peças será cobradas individualmente e acrescidas a este valor			
Produção eletrônica	Criação	Finalização	Total
Assinaturas/vinhetas eletrônicas	R\$ 471,00	R\$ 1.099,00	R\$ 1.570,00
Áudio visual/documentário 3' - 5'	R\$ 2.170,20	R\$ 5.063,80	R\$ 7.234,00
Áudio/spot 30"	R\$ 214,20	R\$ 499,80	R\$ 714,00
Áudio/spot 60"	R\$ 260,40	R\$ 607,60	R\$ 868,00
Carro de som	R\$ 273,00	R\$ 637,00	R\$ 910,00
Documentário/vídeo - por minuto excedente	R\$ 607,80	R\$ 1.418,20	R\$ 2.026,00
Jingle	R\$ 563,40	R\$ 1.314,60	R\$ 1.878,00
Jingle / trilha até 30"	R\$ 585,30	R\$ 1.365,70	R\$ 1.951,00
Jingle / trilha até 31" a 60	R\$ 668,10	R\$ 1.558,90	R\$ 2.227,00
Lembrete/cartela para tv	R\$ 36,00	R\$ 84,00	R\$ 120,00
Oferta (só miolo/texto narrativo)	R\$ 165,00	R\$ 385,00	R\$ 550,00
Roteiro vídeo treinamento	R\$ 1.583,70	R\$ 3.695,30	R\$ 5.279,00
Roteiro Tv promotape/treinamento	R\$ 586,50	R\$ 1.368,50	R\$ 1.955,00
Roteiro p/ TV 60"	R\$ 2.121,00	R\$ 4.949,00	R\$ 7.070,00
Roteiro p/ TV 30"	R\$ 1.067,40	R\$ 2.490,60	R\$ 3.558,00
Roteiro p/ Tv 15"	R\$ 640,50	R\$ 1.494,50	R\$ 2.135,00
Roteiro p/ Tv 7"	R\$ 549,30	R\$ 1.281,70	R\$ 1.831,00
Roteiro p/ TV 5"	R\$ 349,80	R\$ 816,20	R\$ 1.166,00
Roteiro p/ TV (miolo de oferta)	R\$ 233,40	R\$ 544,60	R\$ 778,00
Spot	R\$ 420,90	R\$ 982,10	R\$ 1.403,00
Story board (por quadro)	R\$ 52,20	R\$ 121,80	R\$ 174,00
Treinamento (custo por minuto)	R\$ 273,00	R\$ 637,00	R\$ 910,00
VT /filme até 15"	R\$ 550,50	R\$ 1.284,50	R\$ 1.835,00
VT/filme até 30"	R\$ 916,80	R\$ 2.139,20	R\$ 3.056,00
VT/filme até 45"	R\$ 1.218,00	R\$ 2.842,00	R\$ 4.060,00
VT/filme até 60"	R\$ 1.218,00	R\$ 2.842,00	R\$ 4.060,00
Vídeo 8' - 15'	R\$ 1.530,00	R\$ 3.570,00	R\$ 5.100,00
VT/filme (miolo de oferta)	R\$ 221,10	R\$ 515,90	R\$ 737,00

Serviços de web	Criação	Finalização	Total
Anúncio para rede social	R\$ 1.089,75	R\$ 2.542,75	R\$ 3.632,50
Anúncio promocional para rede social	R\$ 476,40	R\$ 1.111,60	R\$ 1.588,00
Full banner	R\$ 335,10	R\$ 781,90	R\$ 1.117,00
Full banner flash	R\$ 476,40	R\$ 1.111,60	R\$ 1.588,00
Full banner expansível	R\$ 402,00	R\$ 938,00	R\$ 1.340,00
Full banner expansível flash	R\$ 555,60	R\$ 1.296,40	R\$ 1.852,00
Half sky	R\$ 316,50	R\$ 738,50	R\$ 1.055,00
Half sky flash	R\$ 548,10	R\$ 1.278,90	R\$ 1.827,00
Half banner	R\$ 290,10	R\$ 676,90	R\$ 967,00
Half banner flash	R\$ 397,20	R\$ 926,80	R\$ 1.324,00
Hotsite até 04 páginas*	R\$ 663,00	R\$ 1.547,00	R\$ 2.210,00
Hotsite até 04 páginas HTML	R\$ 1.930,80	R\$ 4.505,20	R\$ 6.436,00
Hotsite até 04 páginas Flash	R\$ 4.965,00	R\$ 11.585,00	R\$ 16.550,00
Pop-up	R\$ 288,30	R\$ 672,70	R\$ 961,00
Pop-up- flash	R\$ 476,40	R\$ 1.111,60	R\$ 1.588,00
DHTML	R\$ 327,60	R\$ 764,40	R\$ 1.092,00
E-mail marketing	R\$ 309,00	R\$ 721,00	R\$ 1.030,00
E-mail marketing(layout+html montado sem envio)	R\$ 555,90	R\$ 1.297,10	R\$ 1.853,00
Botão	R\$ 189,00	R\$ 441,00	R\$ 630,00
Retangular	R\$ 313,80	R\$ 732,20	R\$ 1.046,00
Super banner	R\$ 476,40	R\$ 1.111,60	R\$ 1.588,00
Skay	R\$ 313,80	R\$ 732,20	R\$ 1.046,00
Apresentação até 30 slides	R\$ 2.463,00	R\$ 5.747,00	R\$ 8.210,00
Site simples até 06 páginas*	R\$ 2.179,50	R\$ 5.085,50	R\$ 7.265,00
Site simples até 06 páginas HTML	R\$ 1.096,20	R\$ 2.557,80	R\$ 3.654,00
Site simples até 06 páginas Flash	R\$ 7.447,80	R\$ 17.378,20	R\$ 24.826,00
Site até 15 páginas*	R\$ 2.487,00	R\$ 5.803,00	R\$ 8.290,00
Site até 15 páginas HTML	R\$ 7.248,90	R\$ 16.914,10	R\$ 24.163,00
Site até 15 páginas Flash	R\$ 17.378,40	R\$ 40.549,60	R\$ 57.928,00
Web vídeo			Avaliação
*Sem inclusão de banco de dados e conteúdo fornecido pelo cliente			
Refação adicional de 30%			
Programação Visual	Criação	Finalização	Total
Eventos e feiras	R\$ 3.279,30	R\$ 7.651,70	R\$ 10.931,00
Empresa	R\$ 4.918,80	R\$ 11.477,20	R\$ 16.396,00
Livro de texto	R\$ 614,70	R\$ 1.434,30	R\$ 2.049,00
Livro de ilustração	R\$ 1.639,50	R\$ 3.825,50	R\$ 5.465,00
Livro institucional	R\$ 6.148,80	R\$ 14.347,20	R\$ 20.496,00
Livro de arte	R\$ 6.148,80	R\$ 14.347,20	R\$ 20.496,00

Sinalização	Criação	Finalização	Total
Fachada	R\$ 1.014,30	R\$ 2.366,70	R\$ 3.381,00
Totem	R\$ 692,10	R\$ 1.614,90	R\$ 2.307,00
Sinalização interna (projeto)	R\$ 815,40	R\$ 1.902,60	R\$ 2.718,00
Sinalização interna (por placa)	R\$ 32,70	R\$ 76,30	R\$ 109,00
Sinalização interna (projeto grande porte)	R\$ 1.514,40	R\$ 3.533,60	R\$ 5.048,00
Sinalização interna (projeto médio porte)	R\$ 1.174,20	R\$ 2.739,80	R\$ 3.914,00
Sinalização interna (projeto pequeno porte)	R\$ 923,70	R\$ 2.155,30	R\$ 3.079,00
Sinalização interna (adaptação por placa)	R\$ 59,40	R\$ 138,60	R\$ 198,00
Sinalização de veículo (grande porte)	R\$ 798,00	R\$ 1.862,00	R\$ 2.660,00
Sinalização de veículo (médio porte)	R\$ 504,00	R\$ 1.176,00	R\$ 1.680,00
Sinalização de veículo (pequeno porte)	R\$ 328,50	R\$ 766,50	R\$ 1.095,00
Projetos especiais*	Criação	Finalização	Total
Inflável	R\$ 512,40	R\$ 1.195,60	R\$ 1.708,00
Totem	R\$ 553,20	R\$ 1.290,80	R\$ 1.844,00
*só layout			
Marketing Eleitoral	Criação	Finalização	Total
Deputado Federal	R\$ 16.578,00	R\$ 38.682,00	R\$ 55.260,00
Deputado Estadual	R\$ 7.959,00	R\$ 18.571,00	R\$ 26.530,00
Prefeito Capital	R\$ 46.440,00	R\$ 108.360,00	R\$ 154.800,00
Prefeito Interior	R\$ 23.208,00	R\$ 54.152,00	R\$ 77.360,00
Vereador Capital	R\$ 3.315,00	R\$ 7.735,00	R\$ 11.050,00
Vereador Interior	R\$ 1.659,00	R\$ 3.871,00	R\$ 5.530,00