



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE  
Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

## TERMO DE REFERÊNCIA

### 1. DO OBJETO

**1.1.** O objeto desta licitação consiste na contratação de empresa especializada para a prestação dos serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, focadas na divulgação dos atos e ações da Assembleia Legislativa do Estado do Acre – ALEAC.

**1.2.** Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) Ao planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas relativos à execução deste contrato;
- b) A criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitárias destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias inclusive sites, portais, blogs, redes sociais e demais meios de comunicação via internet visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.
- c) A produção e a execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

**1.2.1.** As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.2 terão a finalidade de: gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Assembleia Legislativa do Estado do ACRE, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças; aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens; possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

### 2. DA JUSTIFICATIVA

A composição da Assembleia Legislativa é um fator importante para a representação da população do Estado, que é determinada pela Constituição Federal de 1988 e pelas Constituições Estaduais. Trata-se de um órgão público, composto por servidores de carreira, assessores parlamentares e deputados estaduais, que são representantes da população, eleitos de forma direta por meio do voto.

Os parlamentares estaduais têm como principais funções legislar e fiscalizar a administração pública estadual. A atividade de legislar consiste na elaboração e alteração de proposições que regulamentam direitos e deveres, atividades, serviços e vários procedimentos dentro da sociedade acreana. Além disso, são realizadas audiências públicas para debater com segmentos da sociedade civil determinados temas que implicam em melhorias de serviços prestados pelo poder público. Também ocorrem reuniões em Plenário, entre os parlamentares e grupos da sociedade que recorrem ao Legislativo para deliberar sobre várias demandas.



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

### Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

A publicidade é uma ferramenta essencial para a divulgação do Poder Legislativo, de suas leis e serviços prestados ao Estado. A partir disso, percebemos como necessária a atualização e incremento permanente dos nossos conteúdos de textos, imagens, áudios e vídeos no formato de campanhas, a fim de informar a população todos os trabalhos realizados pelo Poder Legislativo.

O acesso à internet aumentou significativamente nos últimos anos, o que levou mais empreendedores a criarem sites de notícias.

A pandemia da COVID-19 também contribuiu para o aumento desses meios de comunicação, pois forçou muitas empresas a adotarem o comércio eletrônico e o marketing digital para dar continuidade às suas atividades.

De acordo com dados da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), o número de usuários de internet no Brasil cresceu de 126,9 milhões em 2018 para 142,9 milhões em 2022. Esse aumento tem impulsionado o crescimento do número de sites no país.

Atualmente, estima-se que o Brasil tenha mais de 150 milhões de sites ativos. Esse crescimento é impulsionado por diversos fatores, incluindo o aumento do acesso à internet, que está se tornando cada vez mais acessível, o que tem levado mais pessoas a criarem sites.

O crescimento dos sites no Brasil tem um impacto significativo na economia do país. Eles são responsáveis por gerar empregos, impulsionar o comércio eletrônico e promover a inovação.

Os sites são uma ferramenta importante para os Poderes, que podem usá-los para divulgar informações, fornecer serviços aos cidadãos e promover a transparência.

O crescimento do número de sites no Brasil é uma tendência que deve continuar nos próximos anos. À medida que mais pessoas acessam a redigitam, mais empresas e organizações irão criar meios para se conectar com seus públicos-alvo.

A mídia digital está se tornando cada vez mais importante, à medida que mais pessoas passam seu tempo online. No entanto, a mídia é opção eficaz para alcançar públicos-alvo. Com a intenção de expandir e intensificar a divulgação dos trabalhos legislativos e manter a população informada acerca de suas atividades, a Assembleia Legislativa do Estado do Acre implementou uma política de comunicação que tem como metas básicas divulgar ao máximo as atividades do Parlamento estadual acreano e estreitar a relação entre a comunidade e o Legislativo.

Visto que o Princípio da Publicidade, previsto no artigo 37, da Constituição Federal de 1988, estabelece que “os atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos devem ser divulgados de forma ampla e acessível, para que a população possa ter conhecimento deles”, solicito a contratação de uma empresa especializada em publicidade para divulgar as ações da Assembleia Legislativa do Estado do Acre.

Consubstanciado a isso, verifica-se que a Assembleia Legislativa impulsionou suas ações, investindo em campanhas de conscientização, que aumentaram consideravelmente a demanda de publicidade.

No meio publicitário, igualmente, surgiram novas necessidades para que efetivamente alcance a população, proporcionando maior acesso às informações.

À vista disso, tem-se a inflação cada vez mais elevada, somado aos demais fatores acima mencionados, demonstram a necessidade de maiores recursos, bem como mecanismos de estratégias para o alcance da finalidade pública almejada.

### **3. DO VALOR**

3.1. Considerando o volume de trabalhos realizados por parte da Assembleia Legislativa do Estado do Acre- ALEAC, a quantidade de Campanhas Publicitárias necessárias e os



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

valores dispendidos nos anos de 2019 a 2023 e conforme exposto na justificativa, restam suficiente convencimento que o valor a ser atribuída a futura contratação através desta licitação é no valor estimado de R\$ 7.980.000,00 (sete milhões, novecentos e oitenta mil reais), permitindo assim que a ALEAC possa promover o atendimento de suas demandas, ressaltando ainda que lhes poderão ser apresentadas situações emergenciais, o que pode requerer reajustes no planejamento.

### 4. FUNDAMENTO LEGAL

4.1. A contratação de empresa para execução dos serviços de publicidade será realizada na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário, nos termos da Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010; da Lei 14.356 de 31 de maio de 2022. Lei n.º 4.680, de 18 de junho de 1965; Lei nº 8.666, de 21.06.93, do Decreto Estadual 5.965 de 30 de dezembro de 2010 e subsidiariamente, da Instrução Normativa nº 4 da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República-SECOM, de 21.12.2010 e Instrução Normativa nº 3, de 20 de abril de 2018, contidas neste Termo de Referência.

### 5. DA MODALIDADE E CRITÉRIO DE JULGAMENTO

MODALIDADE: CONCORRENCIA

CRITÉRIO DE JULGAMENTO: TÉCNICA E PREÇO

### 6. DA ESPECIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS

ITEM	ESPECIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS	DESCONTO (%)
01	desconto a ser concedido ao ANUNCIANTE sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO ACRE, referentes a peças e ou material;	
02	honorários incidentes sobre os preços dos bens e serviços especializados, prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição proporcione ou não à agência, o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei n. 4.680/65;	
03	honorários incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes: c) honorários incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes: c.1. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato, bem como c.2. à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a	



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE  
Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

	expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.	
04	Honorários incidentes sobre veiculação de mídia digital intermediada pela licitante, que não proporcione à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei n. 4.680/65.	

## 7. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

7.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

### Invólucro nº 1

7.1.1 No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, de que tratam os subitens 8.2 e 8.3 deste Edital.

7.1.1.1 Só será aceito o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada** que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão Especial de Licitação, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente no setor do anunciante e endereço Rua Arlindo Porto Leal, n. 241, Centro, CEP 69.900-904– Rio Branco/AC, de segunda a sexta-feira, das 8:00h às 14h, após a publicação do edital.

7.1.1.2 O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria. O Invólucro nº 1 não poderá:

- Ter nenhuma identificação;
- Apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, possibilite a identificação da licitante;
- Estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

### Invólucro nº 2

7.1.2. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, de que trata o subitem 8.4 deste Edital.

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

### Invólucro nº 2

Concorrência nº 01/2023 – Assembleia Legislativa do Estado do Acre

Proposta Técnica: **Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada**

Nome empresarial e CNPJ da licitante

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

### Invólucro nº 3

7.1.3. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 8.5, 8.7 e 8.9 deste termo.



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

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

### **Invólucro nº 3**

Concorrência nº 01/2023 – Assembleia Legislativa do Estado do Acre

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

Nome empresarial e CNPJ da licitante

7.1.3.2 . O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

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

## **8. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

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

<b>QUESITOS</b>	<b>SUBQUESITOS</b>
1. Plano de Comunicação Publicitária	I.Raciocínio Básico
	II.Estratégia de Comunicação Publicitária
	III.Ideia Criativa
	IV.Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

8.1.1. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, com clareza, sem emendas ou rasuras.

8.1.2 A proposta técnica será apresentada em três vias distintas, sendo duas delas destinadas ao plano de comunicação, e outra para o conjunto de informações referentes ao licitante;

8.1.3 O Plano de Comunicação será apresentado em duas vias, uma sem identificação e outra com a identificação de sua autoria, conforme a seguir:

8.2 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- Em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- Capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco;
- Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c2' do subitem 8.2.2 deste Edital;



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

- d) Espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- e) Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) Espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) Alinhamento justificado do texto;
- h) Texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 8.2.1, 8.2.2 e 8.2.3 deste termo;
- i) Numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j) Sem identificação da licitante.

8.2.1. As especificações do subitem 8.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 8.3.3 e à indicação prevista no subitem 8.3.3.3.6 deste Edital.

8.2.2. Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

- a) Poderão ser editados em cores;
- b) Os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;
- c) As páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
  - c1) Apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 8.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;
  - c2) Impressas na orientação paisagem.

8.2.3. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- I - Ser editados em cores;
- II - Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
- III - Ter qualquer tipo de formatação de margem;
- IV - Ser apresentados em papel A3 dobrado.

8.2.3.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.

8.2.4. Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 8.2 deste termo.

8.2.4.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 7.1.1.2 deste termo.

8.2.5. O **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada** não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2, **sob pena de desclassificação**.

8.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 8.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

8.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto nas alíneas 'c' do subitem 7.1.1.2 deste termo.

8.2.8. Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (*off-line*) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

### Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

8.2.9. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquesitos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 8.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 8.2, no que couber.

8.3. A licitante deverá apresentar o **Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada**, com base no Briefing (Anexo I), observadas as seguintes orientações:

8.3.1. **Subquesito 1 - Raciocínio Básico** - apresentação em que a licitante descreverá:

- a) Análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;
- b) Diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) Compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

8.3.2. **Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária** - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

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

8.3.3. **Subquesito 3 - Ideia Criativa** - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

- a) Relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;
- b) Exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 8.3.3.3 deste Edital.

8.3.3.1. A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 8.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

8.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 8.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 8.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos (corporificadas) e outro para o restante (não corporificadas).

8.3.3.3. Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 8.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

- a) Roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
- b) 'Monstro' ou layout eletrônico, para o meio rádio;
- c) *Storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;
- d) 'Boneca' ou leiaute montado dos materiais de não mídia.

8.3.3.3.1. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passepourt*, observado o disposto no subitem 8.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

### Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

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

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

8.3.3.3.4. O 'monstro' ou layout eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

8.3.3.3.4.1. Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou *pen drive*) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

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

8.3.3.3.6. Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 8.3.3 deste termo, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, *banner* internet).

8.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

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

8.3.3.4.1. Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere à alínea 'd' do subitem 8.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

8.3.4. **Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia** - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

I. Estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

II. Tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

III. Plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;

IV. Plano de novas formas de publicidade digital: composto por planilhas com a indicação de uso de formas inovadoras de comunicação publicitária, informando fornecedor, valor a ser aplicado e indicadores-chave de *performance* (KPI); e



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

### Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

V - Simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

8.3.4.1. Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 8.3.3, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

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

- a) O período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) As quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação /plataformas digitais de comunicação;
- c) Os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia;
- d) Os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em plataformas digitais de comunicação, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia ou, inexistindo essa, os preços simulados pelas plataformas e que serão admitidas como forma inovadora de comunicação.
- e) Os valores absolutos e percentuais alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação/plataformas digitais de comunicação;
- f) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça ou material publicitário de não mídia;
- g) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.
- h) Os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.
- i) As quantidades a serem produzidas de cada peça ou material publicitário de não mídia

#### 8.3.4.3. **Nessa simulação:**

- a) Os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) Não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;
- c) Deverá ser informado o montante de investimento proposto pela licitante, no âmbito de sua estratégia, a ser utilizado com formas inovadoras de comunicação publicitária, para alcance dos objetivos estabelecidos;
- d) Deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- e) Deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.
- f) Para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, trading desks e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: com, trueviews, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros).



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

g) Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube, estão inseridas no conceito de forma inovadora de comunicação.

8.3.4.3.1 Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 8.3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

8.4. O **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada** deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I - Ter a identificação da licitante;

II - Ser datado;

III - Estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.5. **Quesito 2 - Capacidade de Atendimento:** a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.5.1. O caderno específico mencionado no subitem 8.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

8.6. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

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

b) Quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

c) Infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do ANUNCIANTE para a execução do contrato;

d) Sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

e) Relação 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.

8.7. **Quesito 3 - Repertório:** a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.7.1 Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

do **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

8.8. O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

8.8.1. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

8.8.1.1. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir do dia 1º de janeiro de 2018.

8.8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou **pen drive**, sendo de responsabilidade exclusiva dos licitantes, cujos aparelhos devem ser compatíveis com o sistema operacional *Windows 10 e 11, utilizado pela ALEAC*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 8.7 ou ser apresentadas soltas.

8.8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 8.7 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

8.8.1.3.1. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

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

8.8.3. As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

8.9. **Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:** a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.9.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente **não** poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

8.10. A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

I – Deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II – Deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III - Não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;

IV – Deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

8.10.1. A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 9.10. No documento de validação



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

### Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

8.10.2. Os Relatos de que trata o subitem 8.10 devem ter sido implementados a partir de 1º. de janeiro de 2018.

8.10.3. É permitida a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I - As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou **pen drive**, sendo de responsabilidade exclusiva dos licitantes, que devem ser compatíveis com o sistema operacional *Windows 10 e 11, utilizados pela ALEAC*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 8.9 ou ser apresentadas soltas;

II - As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 8.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

III - Para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

8.10.3.1. A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 8.10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 8.10 para descrição do Relato.

## 9. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

9.1. A Subcomissão Técnica, prevista no item 17, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas no **item 8 deste termo, sob pena de desclassificação**.

9.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

### 9.2.1. **Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária**

#### 9.2.1.1. **Subquesito 1 - Raciocínio Básico**

- a) A acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação;
- b) A pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) A assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

#### 9.2.1.2. **Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária**

- a) A adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) A consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- c) As possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos;
- d) A consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- e) A capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- f) A exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.

#### 9.2.1.3. **Subquesito 3 - Ideia Criativa**



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

### Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

- a) O alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) A pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- c) A adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;
- d) A compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;
- e) A originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- f) A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;
- g) A exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

#### 9.2.1.4. **Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia**

- a) A adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- b) A consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;
- c) A consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
- e) A adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- f) O grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

#### 9.2.2 **Questão 2 - Capacidade de Atendimento**

- a) O porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
- b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE;
- c) A adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ANUNCIANTE na execução do contrato;
- d) A funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante;
- e) A relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE.

#### 9.2.3 **Questão 3 - Repertório**

- a) A originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- b) A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- c) A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

#### 9.2.4 **Questão 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

- a) A evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- b) A demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

c) A complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;

d) O encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

9.3. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

9.3.1. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 9 deste termo.

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

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1.	Plano de Comunicação Publicitária	70
SUBQUESITOS	I.Raciocínio Básico	15
	II.Estratégia de Comunicação Publicitária	20
	III.Ideia Criativa	20
	IV.Estratégia de Mídia e Não Mídia	15
2.	Capacidade de Atendimento	10
3.	Repertório	10
4.	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
<b>PONTUAÇÃO TOTAL</b>		<b>100%</b>

9.3.2.1. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 8.8.1 e 8.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 9.3.2 deste termo.

9.3.3. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

9.3.4. 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 do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste termo.

9.3.4.1. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

9.3.5. A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: **Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.**

9.4. Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver as maiores pontuações, observado o disposto no subitem 9.5 deste termo.

9.5. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) Apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, antes da abertura do Invólucro nº 2;

b) Não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos;

c) Obter pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

9.5.1. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Termo.

9.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática da licitante mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica, será assim considerada a licitante que obtiver as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

9.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão, em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 18 e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

## 10. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

### **Invólucro nº 4**

10.1. A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação acondicionada no invólucro nº 4, juntamente com os invólucros n.º 01, 02, e 03.

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

### **Invólucro nº 4**

Concorrência Por Melhor Técnica nº 01/2023 – Assembleia Legislativa do Estado do Acre

### **Proposta de Preços**

Nome empresarial e CNPJ da licitante

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

10.1.3. O Invólucro nº 4 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste de qualquer do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste Plano antes da Abertura do Invólucro nº 2.



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

10.1.4. Indicação do prazo de validade da proposta, que não poderá ser inferior a 120 (cento e vinte) dias, a contar da data de sua abertura.

### 11. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

11.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo III e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.2. Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo III, não serão aceitos:

a) Percentual de desconto superior a 50% (cinquenta por cento), a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO ACRE 2023;

b) Percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, a produção e a execução técnica de peças ou material.

c) Percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

c.1. Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato, bem como;

c.2. À criação e ao **desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação** publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

d) Honorários superior a 15% (quinze por cento) incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela licitante, que não proporcione à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei n. 4.680/65.

11.3. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, **120 (cento e vinte) dias, contados de sua abertura.**

11.3.1. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 11.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Permanente de Licitação realizará com ela diligência como forma de prorrogar o referido prazo.

11.3.1.1. A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Propostas de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

### 12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

12.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste termo.

12.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços.

12.3. Será considerada a Proposta de menor preço a que apresentar o maior percentual de desconto referente aos custos internos (item 11.2, alínea “a”) e, sucessivamente, a que obtiver a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas “b”, “c” e “d” do mesmo item 11.2.



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

12.4. Caso a mesma proposta não apresente as condições estabelecidas no subitem 11.3, será considerada a Proposta de menor preço aquela que apresentar a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas 'b', 'c' e 'd'.

12.5. Se houver empate, será considerada como Proposta de menor preço a que apresentar, sucessivamente:

- a) O maior percentual de desconto mencionado na alínea 'a' do subitem 11.2;
- b) O menor percentual de honorários mencionados na alínea 'b' do subitem 11.2;
- c) O menor percentual de honorários mencionados na alínea 'c' do subitem 11.2;
- d) O menor percentual de honorários mencionados na alínea 'd' do subitem 11.2.

12.6. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Permanente de Licitação considerará o preço por extenso.

### 13. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

13.1. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/93, para o tipo Melhor Técnica.

13.2. Se a licitante mais bem classificada não tiver apresentado a proposta de menor preço e nem concordado em praticá-lo, nos termos da negociação prevista no Inciso II, § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666/93, a Comissão Permanente de Licitação adotará negociação idêntica, sucessivamente, com as demais licitantes, observada a ordem de classificação, até a consecução de acordo para as contratações previstas no presente certame, observada a mesma previsão legal.

13.3. A licitante que não concordar em praticar a Proposta de menor preço não lhe será adjudicado o objeto do certame licitatório, perdendo, portanto, o direito à contratação, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

### 14. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

14.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

14.1.1. A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 15.1.2 deste termo.

#### Invólucro nº 5

14.1.2. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

#### **Invólucro nº 5**

Concorrência Melhor Técnica nº 01/2023 – Assembleia Legislativa do Estado do Acre

#### **Documentos de Habilitação**

Nome empresarial e CNPJ da licitante

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

### 15. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

### Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

15.1. Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I - Em via original; ou

II – Cópia autenticada na forma da lei ou juntamente com o original, para conferência da Comissão Permanente de Licitação, no ato da abertura dos envelopes com os referidos documentos.

15.1.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.

15.1.2. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão permanente de Licitação.

15.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista dos subitens a seguir:

#### 15.2.1. **Habilitação Jurídica**

a) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a1) Os documentos mencionados na alínea 'a' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

b) Inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

c) Ato de autorização, quando se tratar 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;

d) Registro comercial, em caso de empresa individual.

#### 15.2.2. **Regularidade Fiscal e Trabalhista**

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

b) Inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais, inclusive INSS e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e/ou da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;

d) Certidões negativas de débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

e) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

f) Certidão Negativa de Débitos Trabalhista - CNDT perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1º de maio de 1943;

15.2.2.1. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

15.2.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

### Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

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

#### 15.2.3. **Qualificação Técnica**

a) Apresentar declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 1.1 deste termo;

b) Certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

b1) O certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

b2) O documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Permanente de Licitação.

c) Declaração formal de sua disponibilidade dos recursos necessários para o atendimento das exigências no edital na forma legal. (art. 30, §6º da Lei 8.666/93).

d) Relação de pessoal técnico de nível superior, ou outro devidamente reconhecido pela entidade competente, nas áreas de marketing, publicidade, comunicação e propaganda, com vínculo profissional com a proponente na data da licitação, juntamente com seus currículos profissionais e registro na entidade profissional competente;

d.1) A comprovação de vínculo profissional se fará com a apresentação:

I - De cópia da carteira de trabalho (CTPS) em que conste a licitante como contratante;

II - Do contrato social da licitante em que conste o profissional como sócio;

III - Do contrato de prestação de serviço; **ou**

IV - De declaração de contratação futura do profissional detentor do atestado apresentado, desde que acompanhada de declaração de anuência do profissional.

d.2) Será necessária Declaração de compromisso do licitante em manter (inclusive se necessária a substituição por outros de experiência equivalente ou superior), na condução do objeto licitado, os profissionais que venham a atender as exigências das alíneas “d” e “d.1”;

d.3) No caso de duas ou mais licitantes apresentarem atestados de um mesmo profissional como responsável técnico, como comprovação de qualificação técnica, todas serão inabilitadas.

#### 15.2.4. **Qualificação Econômico-financeira**

a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;

a1) Caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

a2) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;

b) **Balço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social**, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b1) O balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b2) Se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b3) O balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso IV:  
I. Sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-lei nº 486/1969;

II. Sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

III. Sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede. Caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

IV. Para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

a) Termo de autenticação com a identificação do autenticador;

b) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis;

c) Termo de abertura e encerramento;

d) Requerimento de autenticação de Livro Digital;

e) Recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

15.2.4.1 As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano de existência deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional e autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante:

a) Balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;

b) Balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

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

a) do balanço referido na alínea ‘b’ do subitem 15.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1(um)):



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE  
Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

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

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

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

b) Do balanço referido no subitem 15.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = 1(um)):

$$S = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Exigível Total}}$$

15.2.4.3. Os índices de que tratam as alíneas 'a' e 'b' do subitem 15.2.4.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

15.2.4.4. A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea 'a', ou menor que 01 (um), no cálculo do índice referido na alínea 'b', todos do subitem 15.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a 10% (dez por cento) do valor da contratação.

### 15.2.5. Declarações:

a) Declaração, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal:

#### DECLARAÇÃO

#### Referente Concorrência nº 01/2023

<nome da licitante, inscrita no CNPJ sob o nº \_\_\_\_\_, por intermédio de seu representante legal \_\_\_\_\_, portador(a) da Carteira de Identidade nº \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_, inscrito(a) no CPF sob o nº \_\_\_\_\_, DECLARA, para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666, de 21.6.1993, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesseis) anos.

<se for o caso, acrescentar a ressalva a seguir:>

Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (catorze) anos, na condição de aprendiz.



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE  
Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

<local e data>

\_\_\_\_\_

<representante legal da licitante

b) Declaração da inexistência de fato superveniente impeditivo da habilitação, na forma do §2º, do art. 32 da Lei Federal 8.666/1993;

**DECLARAÇÃO**

Referente a Concorrência Técnica e Preço nº /2023

(nome da empresa), inscrita no CNPJ sob o nº ....., por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr.(a)....., portador(a) da Carteira de Identidade nº , e do CPF nº ....., DECLARA, para todos os fins de direito, a inexistência de fatos supervenientes impeditivos da habilitação ou que comprometam a idoneidade da proponente nos termos do Artigo 97 da Lei 8.666, de 21 de junho de 1993.

Local e data, \_\_\_\_\_

c) Declaração de Elaboração Independente de Proposta

**DECLARAÇÃO**

**Referente Concorrência nº 01/2023**

<identificação completa>, como representante devidamente constituído pela (nome da licitante), doravante denominada (nome de fantasia), para fins do disposto na alínea 'b' do subitem 18.2.5 do Edital, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

a) a proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente pela (nome da licitante), e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

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

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

d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, antes da adjudicação do objeto da referida licitação;

e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do ANUNCIANTE, antes da abertura oficial das propostas; e

f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

<local e data>

\_\_\_\_\_  
<representante legal da licitante

15.3. Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

15.4. Declaração(ões), expedidas por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no item 1 deste termo;

b) Certificado de qualificação técnica de funcionamento, observado o disposto nas alíneas 'b', 'b1' e 'b2' do subitem 15.2.3;

c) Comprovação de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a R\$...... (..... reais), se qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente – a serem apurados por intermédio da consulta *on-line* a que se refere o subitem 15.1.1 deste termo – apresentar resultado igual ou menor que 01 (um);

d) Declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 15.2.5.

### 16. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

16.1. A Comissão Permanente de Licitação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 15 deste termo.

16.1.1. Para análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas on-line no Constar no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas – <https://certidoes-apf.apps.tcu.gov.br> (Pesquisa consolidada de Pessoa Jurídica do TCU, incluindo CNIA, CEIS e CNE e ainda consultas on-line no site do Governo Federal: [comprasnet.gov.br](http://comprasnet.gov.br), no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores - SICAF, que será impressa sob forma de Declaração.

16.1.1.1. A Declaração referente à situação de cada licitante será assinada pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

16.1.2. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para apresentar os respectivos Documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

### **17. DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

17.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

17.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 03 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que tenham atuado em uma dessas áreas nos últimos quatro anos, sendo pelo menos um ano de forma ininterrupta em atividades correlacionadas ao objeto desta licitação.

17.2.1. Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terão vínculo funcional ou contratual com o ANUNCIANTE e serão indicados pela Assembleia Legislativa do Estado do Acre.

17.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação de 06 (seis) integrantes com vínculo com o ANUNCIANTE e 03 (três) sem vínculo com o ANUNCIANTE.

17.3.1. Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 03 (três) membros da Subcomissão Técnica serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

17.3.1.1. Para composição da relação prevista no subitem 17.3, a Comissão Permanente de Licitação exigirá a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 17.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

17.3.2. A relação dos nomes referidos no subitem 17.3 será publicada no Diário Oficial do Estado do Acre, atendendo o prazo fixado no parágrafo 5º. do artigo 10 da Lei 12.232/2010.

17.3.3. O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Licitação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o ANUNCIANTE, nos termos dos subitens 17.2.1, 17.3 e 17.3.1 deste termo.

17.3.4. Em cumprimento ao disposto no art. 10, parágrafo 5º da Lei n. 12.232/2010, em até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 17.3, mediante fundamentos jurídicos plausíveis à Comissão Permanente de Licitação.

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

17.3.4.2. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 17.3.

17.3.4.3. A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 17.3.4.

17.4. Os membros da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência, observados os respectivos modelos:

### **SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

#### **ORIENTAÇÕES GERAIS**



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

### Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

Esta concorrência para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda é processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão/entidade contratante ou de origem, nem da Comissão Permanente de Licitação, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independente do cargo/função exercida no órgão contratante ou de origem.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão/entidade contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão Permanente de Licitação.

### **TERMO DE RESPONSABILIDADE**

1. Eu, ....., Matrícula nº ....., vinculada ao ....., integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pelo(a) ....., para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 8.666/93, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 12.813/2013 e da Lei nº 8.666/93 a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento;

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e

VIII – NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão Permanente de Licitação.

Data: \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

Assinatura

### **18. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS**

18.1. A juízo da Comissão Permanente de Licitação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Estado do Acre, é obrigatória:

- a) Nas sessões de recebimento e abertura de invólucros;
- b) Por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

### **19. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

19.1. As despesas com o contrato resultante da presente contratação, correrão à conta dos recursos consignados no Orçamento da Assembleia Legislativa do Estado do Acre à conta da dotação orçamentária adiante especificada: Programa de Trabalho: .01.031.2281.2624.0000; Elemento de Despesa: 3.3.90.39.00; Fonte de Recurso: 15000100.

### **20. DOS ACRESCIMOS E SUPRESSÕES**

20.1 A Assembleia Legislativa do Estado do Acre se reserva no direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

20.2. No interesse do Contratante, a Contratada ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto nos §§ 1º e 2º do art. 65 da Lei nº 8.666/1993 e alterações posteriores.

### **21. CONDIÇÕES CONTRATUAIS**

21.1. A licitante vencedora terá o prazo de 10 (dez) dias, contado a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, e terá que apresentar o comprovante de pagamento da garantia prevista neste termo.

21.2. Se a licitante vencedora não comparecer, nos prazos estipulados no subitem 21.1, para assinar o contrato e apresentar o comprovante da prestação da garantia contratual, a contratante poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta Concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.

21.3. No caso de agência que não tenha sede, escritório ou sucursal na sede do município, caso venha a se sagrar vencedora deste certame, deverá instalar, no prazo máximo de 30



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

(trinta) dias, contados da data da assinatura do contrato, a estrutura mínima de que trata o presente termo.

21.4. A Assembleia Legislativa do Estado do Acre poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial.

### **22. DA GARANTIA CONTRATUAL**

22.1. No ato da assinatura do contrato a licitante vencedora deverá apresentar garantia, em favor da ALEAC, equivalente a 5% (cinco por cento) do valor contratado a fim de assegurar a sua execução, em uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.666/1993, à escolha da licitante vencedora.

22.2. Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o valor poderá ser depositado na instituição bancária indicada pela CONTRATANTE.

22.3. Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:

- a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato;
- b) a apólice deverá indicar a CONTRATANTE como beneficiário.

22.4. A fiança bancária será formalizada por meio de Instituição bancária devidamente regulamentada pelo Banco Central do Brasil.

22.4.1. A carta de fiança deverá ter:

- a) Prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de 30 (trinta) dias;
- b) Expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento a contratante, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
- c) Renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro;
- d) Cláusula que assegure a atualização do valor afiançado, de acordo com o previsto neste TDR.

22.5. Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

- a) Ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;
- b) Ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

22.6. Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da CONTRATANTE.

22.7. Sem prejuízo das sanções previstas na Lei e neste Termo de Referência, a não prestação da garantia exigida será considerada como recusa injustificada em assinar o contrato, implicando sua imediata rescisão.

22.8. Se houver acréscimo ao valor do contrato, a contratada se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, a contar da data que for notificada pelo respectivo contratante.

### **23. DA REMUNERAÇÃO**

23.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

- a) Desconto a ser concedido ao ANUNCIANTE sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços da Federação Nacional das Agências de Propaganda - FENAPRO, referentes a peças e ou material:  
.....% (..... por cento);
- b) Honorários incidentes sobre os preços dos bens e serviços especializados, prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição proporcione ou não à agência,



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

### Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei n. 4.680/65: .....% (.....por cento);

c) Honorários incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

c.1. Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato, bem como

c.2. À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias .....% (..... por cento).

d) Honorários incidentes sobre veiculação de mídia digital intermediada pela licitante, que não proporcione à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei n. 4.680/65 .....% (..... por cento).

23.2. A comissão que constitui a remuneração dos Agenciadores de propaganda, bem como o desconto devido às agências de Propaganda serão fixados pelos veículos de divulgação sobre os preços estabelecidos em tabela, conforme art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

23.3. Os valores correspondentes ao desconto-padrão de agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da agência de publicidade e, em consequências, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do desconto-padrão à agência de publicidade for efetivado por meio de veículo de divulgação, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.22/2010.

## 24. DESCONTO DE AGÊNCIA

24.1. Além da remuneração prevista no item 23, a **CONTRATADA** fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.

24.1.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à **CONTRATADA** pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da **CONTRATANTE**, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

24.2. Quando do pagamento de cada uma das faturas de veiculação, conforme revisto no subitem 26.1. a contratada repassará à contratante 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

## 25. DOS DIREITOS AUTORAIS

25.1. A **CONTRATADA** cede à **CONTRATANTE** os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência desta contratação.

25.2. A **CONTRATANTE** poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a **CONTRATADA**, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

25.3. A juízo da **CONTRATANTE**, as peças criadas pela **CONTRATADA** poderão ser reutilizadas por outros órgãos, entidades, sem que caiba a eles ou à **CONTRATANTE** qualquer ônus perante a **CONTRATADA**.

25.3.1. Caberá a esses entes, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

25.4. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

25.5. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 25.2. a 25.3.

25.6. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 30% (trinta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

I - O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

25.7. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 25.2 e 25.3, o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

25.8. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

25.9. A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE.

25.10. A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I - A cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contado da data do pagamento do serviço, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II - Que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

III - Que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

## **26. DA LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO**

26.1. O pagamento será realizado até o 30º (trigésimo) dia após a execução do serviço, com nota fiscal devidamente atestada por servidor responsável, a CONTRATADA deverá apresentar:



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

### Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

I - A correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome da **CONTRANTE**, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;

II - A primeira via do documento fiscal do fornecedor, em nome da contratada, ou do veículo, em nome do contratante/anunciante;

III - Os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega.

26.2. Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamentos de despesas deverão ser encaminhados pela **CONTRATADA** à **CONTRATANTE**, com antecedência mínima de 10 (dez) dias data do vencimento.

26.3. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da **CONTRATADA**:

I – Execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 26.1;

II - Intermediação e supervisão, pela **CONTRATADA**, de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 26.1;

III - Bens e serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 26.1;

IV - Veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 26.1, da demonstração do valor devido ao veículo de divulgação, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 26.1.

26.3.1. Na ocorrência de falha local em uma programação em rede nacional de mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso III do subitem anterior, a **CONTRATADA** deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

26.3.2. É da responsabilidade da **CONTRATADA** observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à **CONTRATANTE**.

26.3.3. Para pagamento das despesas com veiculação, constarão dos procedimentos de execução do contrato os documentos fiscais apresentados pela contratada, a demonstração do valor devido ao veículo, a sua tabela de preços, a indicação dos descontos negociados, os pedidos de inserção e, sempre que possível, relatório de checagem a cargo de empresa independente, nos termos do art. 15 da Lei nº 12.232, de 2010.

26.3.4. O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 26.1 e 26.2.

26.4. No tocante à veiculação, além do previsto no inciso III do subitem 26.3, a **CONTRATADA** fica obrigada a apresentar, sem ônus para a **CONTRATANTE**, os seguintes comprovantes:

I - Revista: exemplar original;

II - Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

### Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

III - Demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 27.18 e 27.19 perante a **CONTRATANTE**, a impossibilidade de fazê-lo.

26.4.1. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 27.18 e 27.19, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a **CONTRATADA** deverá apresentar:

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

a1) Como alternativa ao procedimento previsto na alínea 'a', a **CONTRATADA** poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea 'a' deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas na alínea 'a' deste subitem;

a2) Como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas 'a' e 'a1' deste subitem, a **CONTRATADA** poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

b) Mídia Exterior:

b1) Mídia *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b2) Mídia *Digital Out Off Home*: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos por amostragem de no mínimo 10% (dez por cento) dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3) Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3.1) Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 01 (um) minuto, de pelo menos 10% (dez por cento) do total de veículos de divulgação contratados. O vídeo



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

### Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

deve conter imagens dos veículos de som, onde seja possível identificar nome da campanha, áudio da peça veiculada e local popular que comprove a cidade onde foi realizada a veiculação;

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça, dependendo do que constar na relação/estudo citados nos subitens 5.1.10 ou 5.1.11.

26.4.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas neste edital e anexos serão estabelecidas formalmente pela **CONTRATANTE**, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

26.5. O preposto nomeado para exercer o acompanhamento e fiscalização deste termo somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

26.6. Para a efetivação dos pagamentos, a CONTRATADA deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social - CND, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas, e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município da sede da CONTRATADA e da sede da CONTRATANTE.

26.7. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a CONTRATANTE, a seu juízo, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

26.8. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

26.9. A persistência na situação prevista no parágrafo anterior por parte da empresa culminará com imputação das penalidades previstas em lei, respeitados o contraditório e a ampla defesa.

26.10. A CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes desta contratação.

26.11. A CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

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

26.13. Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal ou nos documentos pertinentes à contratação, ou, ainda, circunstância de impeça a liquidação da despesa, como, por exemplo, obrigação financeira pendente, decorrente de penalidade imposta ou inadimplência, o pagamento ficará sobrestado até que a Contratada providencie as medidas saneadoras. Nesta hipótese, o prazo para pagamento será iniciado após a comprovação da regularização da situação, não acarretando qualquer ônus para Contratante.

26.14. Na hipótese da empresa, por ocasião do pagamento do serviço prestado, encontrar-se com pendência, no que diz respeito à documentação obrigatória, deverá apresentar documentação comprovando sua regularidade, não gerando advertência.

26.15. A persistência na situação prevista no parágrafo anterior por parte da empresa



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

culminará com imputação das penalidades previstas em lei, respeitados o contraditório e a ampla defesa.

26.16. A CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

26.17. Com o advento do Decreto Federal nº 10.540, de 5 de novembro de 2020, que normatizou o SIAFIC, estabelecendo que todos os Poderes devem utilizar o Sistema Único de Execução Orçamentaria, Administração Financeira e Controle, o licitante/contratado. Portanto, faz-se necessário que a empresa possua Cadastro de Credor no sistema da SEFAZ, que poderá ser feito por meio do endereço eletrônico: <http://sefaz.acre.gov.br>.

### **27. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

27.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

27.2. Operar com organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

27.3. Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE em RIO BRANCO, onde, para esse fim, manterá escritório. A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

27.4. Executar com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos, todos os serviços relacionados com o objeto desta contratação, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

27.5. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto, os profissionais indicados na Proposta Técnica da Concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à CONTRATANTE.

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

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

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

27.9. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, 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.

I - O desrespeito ao disposto no subitem 27.9 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

27.10. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

27.11. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados à CONTRATANTE:

I - Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II - Só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores aptos a fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

III - Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV - 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;

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

VI - Juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes ao seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

27.12. A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

27.13. Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da CONTRATANTE.

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

27.15. Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

27.16. Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito, para autorizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

27.17. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

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

27.19. Apresentar à CONTRATANTE, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei nº 12.232/2010.

27.20. A CONTRATADA se obriga a apresentar novo estudo prévio à CONTRATANTE sempre que houver alterações no tocante a meios, praças e veículos dos quais se revela possível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente.



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

### Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

27.21. Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo da CONTRATANTE, sem ônus para esta:

- a) TV e Cinema: cópias em HD, e/ou DVD e/ou arquivos digitais;
- b) Internet: cópias em CD;
- c) Rádio: cópias em CD, com arquivos digitais;
- d) Mídia impressa e material publicitário: cópias em CD, com arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados.

27.22. Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, mantida a exigência de apresentação de cópia em HD com a peça de TV.

27.23. Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no **subitem 27.21**.

27.24. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.

27.25. Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

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

27.27. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

27.28. Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

27.29. Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

27.30. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

27.31. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

27.32. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

27.33. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

27.34. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

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

27.36. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

27.37. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.

27.38. Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

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

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

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

27.42. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

27.43. Os serviços de publicidade deverão ser prestados em todo o território nacional e em todos os mercados internacionais de interesse e atuação da Assembleia Legislativa do Estado do Acre, de acordo com as necessidades da CONTRATANTE.

### **28. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

28.1. Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

- a) Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA, desde que previamente autorizados;
- b) Comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas;
- c) Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- d) Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela CONTRATADA;
- e) Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

f) Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

g) Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

28.2. A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na Concorrência que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

### **29. DA FISCALIZAÇÃO**

29.1. A contratante nomeará gestor e fiscal titular e substituo para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato resultante desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção, nos termos do art. 67 da Lei 8.666/93 e alterações posteriores.

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

29.3. A fiscalização dos serviços será realizada por preposto da Contratante nomeado para essa finalidade, o qual terá poderes, entre outros, para registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e para notificar a CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.

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

29.5. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da CONTRATANTE.

### **30. DA RESCISÃO CONTRATUAL**

30.1. O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/1993.

30.2. Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a CONTRATADA:

a) Não prestar garantia suficiente para o cumprimento das obrigações contratuais;

b) Motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;

c) Deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato; e

d) Vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública; e) não comprovar a qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

30.3. Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA, previstas no presente contrato.

30.4. Em caso de associação da CONTRATADA com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá à CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato, com base em documentação comprobatória que justifique quaisquer das ocorrências.



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

### **31. DA SUBCONTRATAÇÃO**

31.1. A CONTRATADA não poderá subcontratar total ou parcialmente o objeto deste contrato, bem como cedê-lo ou transferi-lo, no todo ou em parte.

### **32. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

32.1. O descumprimento injustificado das obrigações assumidas nos termos deste Edital, sujeita à contratada as sanções previstas no art. 86, da Lei n. 8.666, de 1993 e no Decreto Estadual nº. 5.965 de 30 de dezembro de 2010, sem prejuízo da reparação de danos causado à Assembleia Legislativa, observado o devido processo administrativo.

32.2. A advertência e as demais punições poderão ser aplicadas quando ocorrer descumprimento das obrigações contratuais, especialmente àquelas relativas às características dos bens, qualidade, quantidade, prazo ou recusa de fornecimento ou entrega, ressalvados os casos fortuitos ou força maior, devidamente justificado e comprovados, desde que sua gravidade não recomende a aplicação da suspensão temporária ou declaração de inidoneidade.

32.3. O atraso no fornecimento dos bens sujeitará o fornecedor ao pagamento de multa de 1% (um por cento) do valor da pendência por dia de atraso até o limite de 10% (dez por cento) do valor devido, podendo ser aplicada cumulativamente com as demais sanções, não tendo caráter compensatório, caracterizando-se inexecução total da obrigação a partir do 11º (décimo primeiro) dia de atraso.

32.4. Se a adjudicatária se recusar a retirar a nota de empenho injustificadamente ou se não apresentar situação regular no ato da feitura da mesma, garantida prévia e ampla defesa, estará sujeita às seguintes penalidades:

I. Multa de 2% (dez por cento) sobre o valor adjudicado;

II. Suspensão temporária de participar de licitações e impedimento de contratar com a Assembleia Legislativa por prazo não superior a 02 (dois) anos; e

III. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

32.5. A Licitante, adjudicatária ou contratada que deixar de entregar ou apresentar documentação falsa exigida para o Certame, ensejar o retardamento da execução de seu objeto, não mantiver a proposta, falhar ou fraudar na execução do Contrato, comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude fiscal, garantida prévia e ampla defesa, ficará impedida de licitar e contratar com a Assembleia Legislativa do Estado do Acre pelo prazo de até 2 (dois) anos e, se for o caso, sem prejuízo da ação penal correspondente na forma da lei.

32.6. A multa, eventualmente imposta à contratada, será automaticamente descontada da fatura a que fizer jus, acrescida de juros moratórios de 1% (um por cento) ao mês. Caso a contratada não tenha nenhum valor a receber da Assembleia Legislativa, ser-lhe-á concedido o prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados de sua intimação, para efetuar o pagamento da multa. Após esse prazo, não sendo efetuado o pagamento, a Administração procederá a cobrança judicial da multa.

32.7. As multas previstas nesta seção não eximem a adjudicatária da reparação dos eventuais danos, perdas ou prejuízos que seu ato punível venha causar à Administração.

### **33. DO REAJUSTE DE PREÇO**

33.1. Os preços contratados serão fixos e irrealizáveis pelo prazo de 12 (doze) meses.

33.2. Os preços dos serviços contratados poderão ser reajustados após decorridos 12 (doze) meses, a partir da data do orçamento.

33.3. Em conformidade com a legislação vigente e, em especial com o estabelecido de que a periodicidade do reajuste de preço deste contrato, mediante a aplicação da variação do IGPM (Índice Geral de Preços do Mercado), medido pela Fundação Getúlio Vargas – FGV



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

e na falta deste pelo INPC (Índice Nacional de Preços ao Consumidor) medido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) ou outro índice substitutivo, utilizando-se da seguinte fórmula:

$$R = V \times (I - I_0) / I_0$$

Onde:

R = Valor do reajuste procurado;

V = Valor contratual do serviço a ser reajustado;

I = Índice relativo à data do reajuste;

I<sub>0</sub> = Índice inicial – refere-se ao índice de custos ou de preços correspondente à data fixada para entrega da proposta na licitação.

33.4. A empresa contratada deverá apresentar à ALEAC, ao final de cada 12 (doze) meses, a contar da data limite da apresentação da proposta ou do último reajuste, o pedido de reajuste do valor praticado para os 12 (doze) meses subsequentes, sob pena de preclusão.

### 34. DA VIGÊNCIA CONTRATUAL

34.1. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Termo de Referência terá vigência de 12 meses contada a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogado, por igual período, em até 60 (sessenta) meses.

### 35. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

35.1. Nos casos de retificação do edital, reabertura do certame interrompido por qualquer motivo ou suspensão da abertura, o licitante será notificado através do e-mail que cadastrou no sistema para acesso e retirada de editais no endereço <http://www.al.ac.leg.br>, ou aquele e-mail que informou no envelope de proposta.

35.1.1. Os interessados poderão impugnar o edital e solicitar esclarecimentos até 05 (cinco) dias úteis anteriores à data fixada para a abertura da licitação, conforme estabelece o Art. 41 da Lei 8.666/93, devendo a Administração julgar e responder à impugnação em até 3 (três) dias, sem prejuízo da faculdade prevista no § 1º do art. 113 da Lei 8.666/93.

35.1.2. A solicitação de esclarecimentos e/ou impugnações deverão ser encaminhados através do e-mail: [cplaleac@hotmail.com](mailto:cplaleac@hotmail.com) ou por escrito e entregue sob protocolo na Comissão Permanente de Licitação, localizada no Subsolo da Sede da ALEAC, Rua Arlindo Porto Leal, nº 241–Centro - Rio Branco/Acre - CEP 69900-904, de segunda à sexta feira, no horário de 8h às 14h.

35.1.3. Decairá do direito de impugnar os termos do edital de licitação perante a administração o licitante que não o fizer até o segundo dia útil, que anteceder à data fixada para a abertura da licitação, conforme estabelece o art. 41 §2º da Lei 8.666/93. 35.1.4. Os pedidos esclarecimentos e/ou impugnações serão respondidos aos interessados por meio de notificações, divulgados no sítio oficial da ALEAC.

35.2. É facultada à Comissão Permanente de Licitação, em qualquer fase desta Concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

35.2.1. A Comissão Permanente de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.

35.3. A Comissão Permanente de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que a agência



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

### Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

classificada no julgamento das Propostas Técnicas disponibilizará para a realização dos serviços objeto desta Concorrência.

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

35.5. Se ocorrer a desclassificação ou a inabilitação de licitante vencedora por fatos referidos no subitem precedente, a CONTRATANTE poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta Concorrência.

35.6. Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste TDR, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à CONTRATANTE.

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

35.8. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a ALEAC comunicará os fatos verificados ao Ministério Público Estadual, para as providências devidas.

35.9. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº 8.666/1993.

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

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

35.11.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei nº 8.666/1993.

35.12. A ALEAC poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o contrato, independentemente de interposição judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à contratada o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

35.13. Antes da data marcada para a abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão Permanente de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, alterar este Termo e Referência e seus anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

35.14. Correrão por conta da ALEAC as despesas da publicação do extrato do contrato no Diário Oficial do Estado do Acre, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.

35.15. As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da cidade de RIO BRANCO-AC.

## **36. DA PUBLICAÇÃO**



## ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO ACRE

Subsecretaria de Publicidade e Comunicação Social

36.1. A publicação do presente Contrato no Diário Oficial da Assembleia Legislativa, por extrato, será providenciada até o 5º (quinto) dia útil do mês seguinte ao de sua assinatura, para ocorrer no prazo de 20 (vinte) dias daquela data, correndo as despesas às expensas da Contratante.

### **37. DO FORO**

37.1. O Foro para solucionar os litígios decorrentes do presente Contrato é o da Comarca de Rio Branco - Estado do Acre, com renúncia de qualquer outro por mais privilegiado que seja.

### **38. DA APROVAÇÃO DO TERMO**

38.1. O presente documento segue assinado pelo subsecretário de Publicidade e Comunicação Social, para Aprovação da Autoridade Responsável, com fulcro no Lei nº 4.680/1965, da Lei nº 12.232/2010, com alterações da Lei 14.356 de 31 de maio de 2022, Lei nº 8.666/93, no Decreto Estadual n. 5.965/10, cujos fundamentos passam a integrar o presente Termo de Referência.

Rio Branco, 31 de outubro de 2023.

Elaborado por:

Edson Francile Marangoni  
Subsecretário de Publicidade e Comunicação Social