



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DE RONDÔNIA**

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE
AGÊNCIA DE PROPAGANDA**

PROCESSO LICITATÓRIO Nº0239.005869/2023-28 CONCORRÊNCIA Nº001/2024

EDITAL

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 0239.005869/2023-28 CONCORRÊNCIA Nº 001/2024 TIPO: TÉCNICA E PREÇO

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1 O CREA-RO, doravante denominado ANUNCIANTE, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação/CPL, nomeada pela **PORTARIA Nº 81/2023/PRES/CREA-RO** torna público aos interessados que realizará, conforme processo licitatório nº0239.005869/2023-28, concorrência, do tipo “**técnica e preço**”, para contratação de serviços de publicidade e propaganda, planejamento de comunicação e marketing, a serem prestados por agência de propaganda para atender demandas de comunicação do CREA-RO.

1.2 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei Federal nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis Federais nº 4.680/1965, e nº 8.666/1993.

1.2.1 Aplicam-se também a esta concorrência o previsto no Decreto Federal nº 57.690/1966, Decreto nº 6.555/2008, na Instrução Normativa SEGES/MP nº 05/2017, na Instrução Normativa SEGES/ME nº 73/2020, na Instrução Normativa SECOM nº 03/2018 e na Instrução Normativa SEGES/ME nº 40/2020 e as disposições deste Edital.

2. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

2.1 Os envelopes de documentação e propostas serão a partir das 8h horário de Rondônia, até o início da sessão pública no dia 15 de Abril de 2024, no Auditório Tom Jobim, L'Acordes Hotel - BR-364, 8250 - Aeroclubes, Porto Velho - RO, CEP 76811-738, quando dar-se-á início às 10hs a sessão inaugural do procedimento licitatório, com a abertura dos respectivos envelopes.

2.2 Recomenda-se que todos os interessados em participar da licitação estejam no local marcado para a reunião de licitação pelo menos 30 (trinta) minutos antes do horário previsto para a abertura da sessão.

2.3 A abertura da sessão se dará:

- **Dia: 15/04/2024.**
- **Hora: 10 horas da manhã.**
- **Local: L'Acordes Hotel - BR-364, 8250 - Aeroclubes, Porto Velho - RO, CEP 76811-738.**

2.3.1 Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos em nova data que será marcada.

2.3.2 Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local

e horário a serem designados pela Comissão Permanente de Licitação.

2.3.3 Os envelopes para comportar as propostas serão entregues pelo Conselho Regional de Engenharia e Agronomia até 8 (oito) dias antes da sessão pública, no endereço da Rua Abunã, 2280 - São João Bosco, das 8hs às 14hs de segunda-feira a sexta-feira.

2.3.4 O envelope só poderá ser retirado pelo representante da empresa, que estiver portando o documento de identificação e contrato social, mediante assinatura da lista de recebimento.

2.3.5 Caso não seja possível a entrega para o representante legal da empresa, poderá qualquer representante que porte procuração legal, nos mesmos termos do item 2.3.4.

2.4 Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Rondônia .

2.5 O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital e na legislação vigente.

2.5.1. As Propostas de Técnica e de Preços, bem como os Documentos de Habilitação das licitantes, deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação em 05 (cinco) Invólucros distintos e separados, conforme disposto no subitem 2.6.

2.6. DA ENTREGA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

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

2.6.2. Invólucro Nº 1

2.6.3. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que trata o item 3.2 deste Edital.

2.6.4. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no Invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pelo Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de Rondônia nas condições previstas no item 2.3.3.

2.6.5. O Invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.

2.6.6. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

2.6.7. Para preservar até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Invólucro nº 1 não poderá:

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

2.6.8. Invólucro Nº 2

2.6.8.1. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o item 3.4.5 do Edital.

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

INVÓLUCRO Nº 2

PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

Ao

Conselho Regional De Engenharia e Agronomia de Rondônia

Av. Abunã nº 2280, Bairro São João Bosco CEP: 76803-762; Porto Velho – RO

LICITAÇÃO: CONCORRÊNCIA Nº 001/2024/CREA/RO

SESSÃO DIA: 15/04/2024, ÀS 10HS

horário de Rondônia

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE:

2.6.8.3. 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.

2.6.8.4. O Invólucro nº 2 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou 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.

2.6.9. INVÓLUCRO Nº 3

2.6.9.1. 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 3.5, 3.6, 3.7.

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

INVÓLUCRO Nº 3

PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Ao

Conselho Regional De Engenharia e Agronomia de Rondônia

Av. Abunã nº 2280, Bairro São João Bosco CEP: 76803-762; Porto Velho – RO

LICITAÇÃO: CONCORRÊNCIA Nº 001/2024/CREA/RO

SESSÃO DIA: 15/04/2024, ÀS 10HS

horário de Rondônia

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE:

2.6.9.4. 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.

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

2.6.10. A apresentação e elaboração das propostas técnicas obedecerão os dispostos neste edital em seu item 3.

2.7. ENTREGA DAS PROPOSTAS DE PREÇOS:

2.7.1. INVÓLUCRO Nº 4

2.7.2. A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação acondicionada no Invólucro nº 4.

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

INVÓLUCRO Nº 4

PROPOSTA DE PREÇOS

Ao

Conselho Regional De Engenharia e Agronomia de Rondônia

Av. Abunã nº 2280, Bairro São João Bosco CEP: 76803-762; Porto Velho – RO

LICITAÇÃO: CONCORRÊNCIA Nº 001/2024/CREA/RO

SESSÃO DIA: 15/04/2024, ÀS 10HS

horário de Rondônia

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE:

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

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

2.8. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

INVÓLUCRO Nº 5

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

INVÓLUCRO Nº 4

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

Ao

Conselho Regional De Engenharia e Agronomia de Rondônia

Av. Abunã nº 2280, Bairro São João Bosco CEP: 76803-762; Porto Velho – RO

LICITAÇÃO: CONCORRÊNCIA Nº 001/2024/CREA/RO

SESSÃO DIA: 15/04/2024, ÀS 10HS

horário de Rondônia

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE:

2.8.2. O Envelope n. 5 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura;

2.8.3. O Envelope n. 5 deverá ser entregue em data futura, depois da classificação final das licitantes, em sessão pública que será previamente marcada e anunciada pela Comissão de Contratação (Incisos XI e XII do art. 11 da Lei 12.232/2010);

2.8.4. Os Documentos de Habilitação poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente ou por servidor da Administração ou publicação em órgão da imprensa oficial;

2.8.5. caso os envelopes não tenham chegado à Comissão de Contratação até o horário aprazado, não se tomará conhecimento da proposta.

2.8.6. não será aceita, em qualquer hipótese, a participação de licitante retardatária, assim considerada aquela que apresentar os envelopes após o horário estabelecido para entrega

2.8.7. caso a licitante chegue dentro do horário e essa diretoria não puder protocolar os envelopes imediatamente, aquela receberá uma senha, por ordem de chegada, que valida a entrega dos envelopes em momento subsequente.

3. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

3.1. A proposta técnica deverá ser clara, sem emendas ou rasuras, redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, e estruturada de acordo com os seguintes quesitos e subquesitos:

Quesitos	Subquesitos
Plano de Comunicação Publicitária	
	Raciocínio Básico Estratégia de Comunicação Publicitária Ideia Criativa Estratégia de Mídia e Não Mídia
Capacidade de Atendimento	
Repertório	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

I - Plano de Comunicação Publicitária:

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

II - Capacidade de Atendimento;

III - Repertório;

IV - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

QUESITO 1: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

3.2. A apresentação do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deve observar as seguintes orientações, não aplicáveis às peças de que trata o inciso II do subitem 3.1.3 e à indicação prevista no subitem 3.3.12:

- I - sem identificação da LICITANTE;*
- II - em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda; ,*
- III - capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m2, ambas em branco;*
- IV - conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato, observado o disposto no inciso III do subitem 8.2.1;*
- V - espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;*
- VI - títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;*
- VII - espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;*
- VIII - alinhamento justificado do texto;*
- IX - texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 3.2.1 e 3.2.2;*
- X - numeração de todas as páginas pelo editor de textos, no centro inferior, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos.*

3.2.1. Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas e deverão observar as seguintes orientações:

- I - possibilidade de edição em cores;*
- II - os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;*
- III - as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:*
 - a) apresentadas em papel A3 dobrado, caso em que, para fins do limite previsto no subitem 3.2.5, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;*
 - b) impressas na orientação paisagem.*

3.2.2. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesito 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.*

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

3.2.3. Os exemplos de peças integrantes do subquesito Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata o inciso II do subitem 3.2 e deverão se adequar às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à LICITANTE atentar-se de que o

invólucro deverá estar sem fechamento e sem rubrica para preservar o sigilo quanto a sua autoria até a abertura do invólucro nº 2.

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

3.2.5. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista no 3.3.2, I, estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

3.2.6. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

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

3.2.7. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de separar os quesitos e subquesitos do Plano de Comunicação Publicitária, as quais não serão computadas no limite de página previsto no subitem 3.2.5 e devem seguir as especificações do subitem 3.2, no que couber.

3.2.8. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo II) e nas seguintes orientações:

SUBQUESITO 1: RACIOCÍNIO BÁSICO

3.3. No subquesito 1, Raciocínio Básico, a LICITANTE descreverá:

I - análise das características e especificidades dos CREA/RO e do seu papel no contexto no qual se insere;

II - diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

III - compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

SUBQUESITO 2: ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

3.3.1. No subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária, a LICITANTE fará a apresentação e defesa da estratégia proposta para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

I - explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;

II - 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.

SUBQUESITO 3: IDEIA CRIATIVA

3.3.2. No subquesto 3 - Ideia Criativa, a LICITANTE apresentará a proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

I - relação de todas as peças publicitárias que a licitante julgar necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;

II - até 10 (dez) exemplos das peças, constantes da relação prevista no inciso anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 3.3.5.

3.3.3. A descrição mencionada no subitem 3.3.2, I, está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

3.3.4. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 3.3.5., que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada no subitem 3.3.2, I, deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

3.3.5. Os exemplos de peças publicitárias de que trata o subitem 3.3.2 II, 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:

I - roteiro, layout ou storyboard impressos, para qualquer meio;

II - "monstro" ou layout eletrônico, para o meio rádio;

III - storyboard animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;

IV - "boneca" ou layout montado dos materiais de não mídia;

IV - "boneca" ou layout montado dos materiais de não mídia.

3.3.6. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout, observado o disposto no subitem 3.2.3. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

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

3.3.8. 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.

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

3.3.10. A mídia de apresentação (pen drive) poderá conter apenas a marca do seu fabricante, não podendo conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da LICITANTE ou de qualquer anunciante.

3.3.11. 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.

3.3.12. Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista no subitem 3.3.2, I, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet).

3.3.13. Para efeito do limite de peças previsto no subitem 3.3.2, II, serão observadas as seguintes regras:

I - as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

II - cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

III - 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;

IV - um hotsite e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;

V - um filme e o hotsite que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;

VI - um banner e o hotsite por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

3.3.14 Na apresentação de proposta de hotsite a que se refere o subitem 3.3.13, IV, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

SUBQUESITO 4: ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

3.4. No subquestito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia, a LICITANTE deve apresentar e defender as 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 CREA/RO 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 - 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.

3.4.1 Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista no subitem 3.3.2, I, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

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

I - o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;

II - as quantidades de inserção das peças em veículos de divulgação/plataformas digitais de comunicação;

III - os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

IV - 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;

V - as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;

VI - os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;

VII - os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.

VIII - os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

IX - 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;

3.4.3. No plano de mídia:

I - os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;

II - não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação

que não atuem com tabela de preços;

III - 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;

IV - deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

3.4.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá se constituir 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.

QUESITO 2: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

3.5. Para a 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, rubricadas em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da LICITANTE, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

3.5.1. O caderno específico mencionado no subitem 3.5 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.

3.5.2. 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:

I - relação nominal dos seus principais clientes na data da publicação do edital, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

II - quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido com, no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação, observada a lista mínima de profissionais e respectivas qualificações prevista na minuta do contrato;

III - infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição dos CREA/RO para a execução do contrato;

IV - sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

V - 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 dos CREA/RO, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

QUESITO 3: REPERTÓRIO

3.6. Para o 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, rubricadas em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da LICITANTE, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

3.6.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem 3.6 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.

3.6.2. O Repertório será constituído de 10 (dez) peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela LICITANTE independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

3.6.2.1. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas .

3.6.2.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 3.6 ou ser apresentadas soltas.

3.6.2.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 3.6 ou ser apresentadas soltas, nesta última hipótese poderão ter qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

3.6.3. 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.

3.6.4. As peças publicitárias não podem se referir a trabalhos solicitados ou aprovados pelo CREA/RO, no âmbito de seus contratos com agências de propaganda.

QUESITO 4: RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

3.7. Para os 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, rubricadas em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

3.7.2. Deverão ser apresentados 3 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 4 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela LICITANTE e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação, os quais:

I - deverão ser elaborados pela LICITANTE, em papel que a identifique;

II - deverão contemplar nome, cargo ou função e assinatura do funcionário da LICITANTE responsável por sua elaboração;

III - não podem se referir a ações publicitárias solicitadas e aprovadas pelo CREA/RO, no âmbito de seus contratos com agências de propaganda;

IV - deverão estar formalmente validados pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

3.7.3. A validação dos relatos pelo respectivo cliente deverá ser feita em documento apartado, que não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 3.7.2 e conterá, além do atesto dos relatos, o número do contrato sobre o qual foram demandados, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

3.7.4. Os Relatos de que trata o subitem 3.7.2 devem ter sido implementados a partir de 01/01/2018.

3.7.5. Em cada relato é permitida a inclusão de até 3 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça observando-se as seguintes regras:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 3.7 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 3.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formado, dobradas ou

não, preservada, em qualquer caso, 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.

3.7.5.1. A ficha técnica de cada peça publicitária deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 3.7.2 para descrição do Relato.

4. OBJETO

4.1 A contratação de serviços de publicidade e propaganda, planejamento de comunicação e marketing, a serem prestados por agência de propaganda para atender demandas de comunicação do CREA-RO, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas conforme determina o artigo 2º da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que regulamenta as normas gerais para licitação e contratação de serviços de publicidade prestados por intermediários de agências de propaganda, e de forma complementar a Lei 4.680/65 e a 8.666/93.

4.1.1. Os serviços previstos no subitem 4.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

4.1.2. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

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

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

4.1.5. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no subitem 4.1 deste edital.

5. RETIRADA DO EDITAL

5.1. Será gratuita a retirada deste Edital por meio do sítio: <https://crea-ro.implanta.net.br/portaltransparencia>.

5.2. O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Diário Oficial da União e no endereço eletrônico, citado no subitem anterior, eventuais alterações ou informações sobre esta Concorrência.

6. ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

6.1. Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão Permanente de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 07 (sete) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas, exclusivamente mediante solicitação pelo e-mail: : **licitacao@crearo.org.br**.

6.2. Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão Permanente de Licitação em até 05 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas.

6.3. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, no endereço eletrônico <https://transparencia.crea-rn.org.br/licitacoes/>, sem identificação da licitante consulente e de seu representante.

6.4. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).

6.5. As licitantes interessadas cabem acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre os esclarecimentos referentes a este Edital.

7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão Permanente de Licitação:

I- O cidadão que não se manifestar em até 05 (cinco) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços;

II- A licitante que não se manifestar em até 02 (dois) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços.

7.2. Considera-se licitante, para efeito do inciso II do subitem anterior, a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no subitem 5.1 deste edital.

7.3. A impugnação poderá ser enviada para o e-mail: **licitacao@crearo.org.br**, observados os prazos descritos no subitem 7.1.

7.4. A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item será recebida como mera informação.

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

7.6. Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 1º do art. 113 da Lei nº 8.666/1993.

8. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

8.1. Poderá participar desta concorrência a agência de propaganda que atender às condições deste edital e apresentar os documentos nele exigidos.

8.2. Para efeitos do subitem acima, a agência de propaganda deverá possuir a certificação junto ao Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, conforme a lei 12.232/10 no art. 4, §1º e lei 4.680/65.

8.3. Não poderá participar a agência de propaganda

- a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação;
- b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c) que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;
- d) estrangeira que não funcione no País;
- e) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o ANUNCIANTE;
- f) que esteja reunida em consórcio;
- g) que atuem sem fins lucrativos.

8.4. Nenhum licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma proposta.

8.5. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o invólucro padronizado previsto no termo de referência, anexo integrante deste edital, e as informações necessárias ao cumprimento desta licitação; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital; e a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade

pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

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

9. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

9.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Permanente de Licitação documento que o credencia, juntamente, com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

9.2. Os documentos mencionados no subitem 9.1 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

9.2.1. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original para permitir que a Comissão Permanente de Licitação ateste sua autenticidade.

9.2.2. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão Permanente de Licitação cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

9.3. A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

9.4. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

9.5. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador

deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Permanente de Licitação, na data, hora e local indicados.

10. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

10.1. A Subcomissão Técnica prevista no subitem 17.2 deste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

10.2.1. Plano de Comunicação Publicitária:

10.2.1.1. Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:

a) das funções e do papel do Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de RO e de suas atividades, no contexto social, político e econômico;

b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de RO com seus públicos;

c) das características do Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de RO e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;

e) dos objetivos gerais e específicos de comunicação do Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de RO;

f) das necessidades de comunicação do Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de RO para enfrentar esses objetivos e o problema específico de comunicação.

10.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária:

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de RO e os objetivos e o problema específico de comunicação;

b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;

c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de RO com seu público;

d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos objetivos e o problema específico de comunicação do Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de RO;

e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de RO, o mercado no qual se insere, seu problema geral e específico de comunicação, seus públicos, conforme o Briefing e a verba disponível;

10.2.1.3. Ideia Criativa:

a) sua adequação aos objetivos e o problema específico de comunicação do Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de RO;

b) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;

c) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;

d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

g) sua pertinência às atividades do Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de RO e à sua inserção na sociedade;

h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;

i) a exequibilidade das peças e ou do material;

j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

10.2.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia:

a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;

b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;

d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstrada no uso dos recursos próprios de comunicação do Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de RO;

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;

f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

10.2.2. Capacidade de Atendimento:

a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;

b) a experiência profissional em atividades publicitárias;

c) a adequação das qualificações e quantificações à estratégia de comunicação publicitária proposta;

d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que manterá à disposição da execução do futuro contrato em caráter prioritário;

e) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de RO, sem ônus adicional, durante a vigência do futuro contrato.

f) a operacionalidade do relacionamento entre o Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de RO e a licitante, esquematizado na proposta;

g) a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;

10.2.3. Repertório:

a) a idéia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;

b) a clareza da exposição das informações prestadas;

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

10.2.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

a) a evidência de planejamento publicitário;

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

c) a relevância dos resultados apresentados;

d) a concatenação lógica da exposição.

10.3. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

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

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

b) Raciocínio Básico: 10 (dez)

c) Estratégia de Comunicação Publicitária: 25 (vinte e cinco)

d) Ideia Criativa: 20 (vinte)

e) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 (dez)

f) Capacidade de Atendimento: 15 (quinze)

g) Repertório: 10 (dez)

h) Relato de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez)

10.3.2. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

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

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

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

10.7. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições deste instrumento convocatório, ainda assim, será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto em casos em que o descumprimento resulte na identificação do licitante antes da abertura do invólucro da via identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

10.8. Será desclassificada a proposta que:

a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;

b) não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;

c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 10.2.1.1. a 10.2.1.4 e 10.2.2 a 10.2.4.

10.9 A atribuição de nota inferior a 50% dos pontos possíveis em um ou mais quesitos técnicos, por membro da Subcomissão Técnica, deverá ser justificada individualmente por escrito.

10.10. Na hipótese de ocorrer número de pontos fracionados, serão considerados até o máximo de duas casas após a vírgula, sem aplicação de arredondamento de qualquer espécie.

10.11. Será classificada em primeiro lugar a licitante que alcançar a maior pontuação, considerado o somatório dos pontos atribuídos, e assim, sucessivamente, em ordem decrescente de pontos.

10.12. Na hipótese de empate, a classificação das licitantes nas propostas técnicas será decidida por meio de melhor nota obtida na seguinte ordem crescente de quesitos técnicos:

10.12.1. Ideia Criativa;

10.12.2. Estratégia de Comunicação;

10.12.3. Estratégia de Mídia e Não Mídia;

10.12.4. Raciocínio Básico;

10.12.5 Capacidade de Atendimento;

10.12.6. Relatos de Soluções de Problemas.

10.12.7. Persistindo o empate, será decidido por meio de sorteio.

11. DA PROPOSTA DE PREÇOS

11.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser apresentada:

a) Em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente e redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, sem emendas ou rasuras;

b) 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.

11.1.1. declaração de que se compromete a transferir para o CONTRATANTE toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e fornecedores, conforme disposto no art. 15, parágrafo único, da Lei n. 12.232/2010;

11.1.2. declaração de que se compromete a estabelecer negociação dos preços, com vistas à obtenção da máxima vantagem, a ser transferida para o CONTRATANTE, com referência a:

11.1.2.1 cachê de atores e modelos, na reutilização de peças publicitárias;

11.1.2.2. custos de serviços especiais, relativos a atividades complementares à execução dos serviços;

11.1.2.3 valor originário de direitos autorais de obras consagradas, incorporadas a peças, a ser pago na reutilização das peças;

11.2. A validade da Proposta não poderá ser inferior a 180 (cento e oitenta) dias, contados da data limite estabelecida para sua apresentação.

11.3. Elaborada de acordo com o Modelo de Planilha de Preço Sujeito a Valoração que constitui o Anexo II.

11.4. A licitante deverá apresentar Planilha de Preços (aos detentores de Direitos Autorais) Sujeitos a Valoração, elaborando Declaração na qual:

a) Estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pelo CREA/RO;

b) Aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;

c) Aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado.

d) Comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao Conselho Regional De Engenharia e Agronomia de Rondônia as vantagens obtidas.

e) Informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais.

11.5. A planilha de preços supracitada no subitem 11.4, será elaborada conforme modelo próprio da licitante. Devendo constar dentro do Invólucro nº 4 – Proposta de Preços.

11.6. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o Anexo VI, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, não será aceito:

a) Desconto inferior a 20% (vinte por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Pará (SINAPRO – PA) a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

b) Percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos pertinentes à execução do futuro contrato;

c) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitárias destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

d) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica

de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

11.7. Será desclassificada a Proposta de Preços em relação à qual for constatado:

11.7.1. o não atendimento das condições estabelecidas neste Edital e seus anexos;

11.7.2. a fixação de condicionantes para a entrega dos serviços contratados;

11.7.3. a oferta de preços inexequíveis ou antieconômicos;

11.7.8. o não atendimento das formalidades previstas no item 11.1.

11.8. A Comissão Permanente de Licitação atribuirá pontos para cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea “a” do item 11.6	$P1 = 0,1 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea “b” do item 11.6	$P2 = 3,0 \times (10,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea “c” do item 11.6	$P3 = 3,0 \times (10,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea “d” do item 11.6	$P4 = 4,0 \times (10,0 - \text{Honorários})$

Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos “desconto” e “honorários” serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas porcentagens constantes do item 1.1 de sua Proposta de Preços, sem o símbolo ‘%’.

a) A utilização da Tabela do SINAPRO – PA configura-se como meio de referência, pois não há uma tabela oficial em Rondônia, não acarretando problemas ou danos ao erário, nem indo de encontro com as normas que orientam os procedimentos licitatórios. Desta forma, o Conselho Regional De Engenharia e Agronomia de Rondônia, baseado nos fatos e determinações legais que norteiam a propaganda e a publicidade no país, irá servir-se da Tabela Referencial de Custos do Sindicato das Agências do Pará – SINAPRO – PA como método para melhor atingir-se o fim a que o objeto deste Briefing e Edital se destinam.

b) A Tabela constante do Anexo aos autos encontra-se na íntegra, não significando que todos os serviços ali constantes serão contratados.

c) Quanto ao desconto padrão de agência, a licitante reverterá ao Conselho Regional De Engenharia e Agronomia de Rondônia 2% (dois por cento) do desconto padrão a que fizer jus, de acordo com o disposto na Lei nº 4.680/65 e no Decreto 57.690/66, observados os parâmetros contidos pelas Normas-Padrão da atividade publicitária editada pelo CENP (Conselho Executivo das Normas Padrão).

11.8.1. A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 11.8, como segue: $P = P1 + P2 + P3 + P4$;

11.9. A classificação final será obtida mediante aplicação da seguinte fórmula:

$$NF = NPT(7) + NPP(3) \cdot 10$$

Onde: NF = NOTA FINAL

NPT = NOTA DA PROPOSTA TÉCNICA

NPP = NOTA DA PROPOSTA DE PREÇOS

PESOS = (7) e (3)

11.10. Tendo em vista a escolha da modalidade licitatória “técnica e preço” esta não haverá negociação.

11.7. Custos internos e Honorários

11.7.1.O pagamento à Contratada das despesas resultantes da execução do Contrato será procedido de acordo com as Ordens de Serviço, após a entrega do material produzido ou veiculação da peça publicitária, condicionado à entrega dos seguintes documentos:

11.7.1.1. detalhamento discriminado que especifique com clareza o serviço autorizado, mencionando os respectivos números da licitação, do Contrato e da Autorização de Produção ou de Veiculação (esta para o caso de comissão de agência); e

11.7.1.2. detalhamento discriminado de serviços de terceiros, expedidas em nome do CONTRATANTE;

11.7.2 Quaisquer descontos especiais resultantes de negociação, que venham a ser concedidos pelos prestadores de serviços ou fornecedores, deverão ser integralmente repassados para o CONTRATANTE, observado o disposto no art. 15, parágrafo único da Lei n. 12.232/2010.

11.7.3 Não serão realizados pagamentos de despesas decorrentes da execução dos serviços através de descontos de duplicatas, factoring ou quaisquer outras espécies de antecipações de receita.

11.8. Honorários especiais

11.8.1. O pagamento dos serviços especializados do art. 2º, § 1º, da Lei n. 12.232/2010 será realizado pelo CONTRATANTE diretamente ao FORNECEDOR, após os recebimentos provisório e definitivo, de acordo com as respectivas Ordens de Serviços emitidas pelo CREA, condicionado à apresentação dos seguintes Documentos:

11.8.1.1. detalhamento discriminado do FORNECEDOR, contendo o valor da despesa do serviço prestado, mencionando com clareza o(s) serviço(s) autorizado(s) e os respectivos números da licitação, do Contrato e da Ordem de Serviço;

11.8.1.2. detalhamento discriminado da CONTRATADA, contendo a parcela referente aos honorários;

11.8.1.3. comprovação hábil da efetiva prestação do serviço.

11.8.2. É de responsabilidade da CONTRATADA a orientação e a supervisão dos trabalhos realizados por terceiros/fornecedores, depois de previamente aprovados pelo CONTRATANTE, cabendo-lhe a imputação por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o CONTRATO.

11.8.3. A contratação de fornecedores ou prestadores de serviços especializados deverão obedecer às seguintes exigências:

11.8.3.1. Serão exigidas sempre a apresentação pela CONTRATADA à Assessoria de Comunicação Institucional de 3 (três) orçamentos obtidos entre os fornecedores e prestadores que atuem no ramo de atividade pretendido;

11.8.3.2. No caso do item 11.8.3.1, a Contratada procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da Comissão Permanente de Licitação sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do Contrato.

11.9. DA HABILITAÇÃO

11.9.1. Os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das propostas, nos termos dos art. 6º, inciso I, e art. 11, § 4º, inciso XI, da Lei n. 12.232/2010.

11.9.2. Será dispensada a apresentação dos documentos para a qualificação econômico-financeira e para a regularidade fiscal e trabalhista da licitante que possuir tais documentos no SICAF ou, desde que a documentação esteja com prazo de validade regular na data do julgamento da habilitação.

11.9.3. O SICAF serão utilizados para aferição da habilitação jurídica, da regularidade fiscal e trabalhista, bem como da qualificação econômico-financeira por meio de consulta on-line.

11.9.4. Na hipótese de não apresentação da certidão negativa de falência ou concordata ou de recuperação judicial ou extrajudicial, bem como no caso de o aludido documento não estar cadastrado no SICAF, a comissão de licitação poderá gerá-lo pela internet, imprimindo-o e juntando-o à documentação trazida pela licitante.

11.9.5. Cópia da cédula de identidade do (s) sócio (s) gerente (s) ou diretor (es) responsável (eis) pela assinatura do futuro contrato;

11.9.6. Os documentos originais poderão estar dentro ou fora do envelope.

11.9.7. Quando o certificado/certidão for emitido por sistema eletrônico, sua aceitação ficará condicionada à verificação da autenticidade pela internet ou perante o órgão emissor.

11.9.7.1. No caso de impossibilidade de acesso à internet para verificação da autenticidade das certidões, a sessão poderá ser suspensa ou encerrada após o credenciamento e a abertura dos envelopes com os documentos para habilitação, e, no caso de suspensão, as licitantes serão intimadas acerca da data e horário de seu prosseguimento.

11.9.8. Os documentos apresentados deverão estar em nome do licitante responsável pelo contrato com o número de inscrição no CNPJ e endereço respectivo.

11.9.8.1. Se a licitante responsável pelo contrato for a matriz, todos os documentos deverão estar em nome dela.

11.9.8.2. Se a licitante responsável pelo contrato for filial, todos os documentos deverão estar em nome desta, salvo a certidão negativa de efeitos de falência, recuperação judicial ou recuperação extrajudicial expedida pelo distribuidor de sua sede.

11.9.8.3. Os documentos que constarem expressamente que são válidos para todos os estabelecimentos, matriz e filiais, serão aceitos pela comissão independentemente da inscrição do CNPJ da licitante para efeito de julgamento.

11.9.9. É imprescindível que na data de abertura do Envelope n. 5 – Documentos de Habilitação os documentos estejam dentro do prazo de validade.

11.9.10. Os documentos que omitirem a validade serão considerados como válidos pelo período de 180 (cento e oitenta) dias, a contar da data de sua emissão, em conformidade com os emitidos pela Fazenda Federal, pelo princípio da analogia.

11.9.11. A habilitação jurídica deverá ser:

11.9.11.1. empresário: requerimento de registro de empresário em vigor e última alteração, se houver, devidamente registrado (s) na junta comercial do Estado, apresentado (s) na forma do Código Civil;

11.9.11.2. sociedades limitadas e empresários individuais de responsabilidade limitada: ato constitutivo em vigor e última alteração, se houver, devidamente registrado (s) na junta comercial do Estado, apresentado (s) na forma da do Código Civil;

11.9.11.3. sociedades simples: comprovação da inscrição do ato constitutivo da sociedade no registro civil das pessoas jurídicas, por meio de certidão de personalidade jurídica, na forma do Código Civil;

11.9.11.4. sociedades anônimas: ato constitutivo em vigor, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, na forma do Código Civil e da Lei n. 6.404/1976; e

11.9.11.5. decreto de autorização, em se tratando de licitante 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.

11.9.11.6. Na apresentação do registro empresarial, estatuto, contrato social ou inscrição do ato constitutivo em vigor e da última alteração, se houver, deverá constar, além da denominação social, a identificação do ramo de atividade da licitante, que deverá ser compatível com o objeto licitado.

11.9.11.7. Caso o ato constitutivo possua alterações, o endereço analisado, para fins de cumprimento da Lei Estadual n. 17.983/2020, será aquele que constar da última alteração.

11.9.11.8. No que couber, os documentos de habilitação jurídica do empresário e da sociedade empresária limitada poderão ser substituídos por certidão simplificada emitida pela junta

comercial do Estado da sede da licitante, devidamente atualizada, apresentada na forma do Código Civil.

11.9.11.9. Caso os documentos solicitados sejam apresentados no ato do credenciamento do representante da licitante, fica dispensada a apresentação destes no envelope n. 5 – HABILITAÇÃO.

11.9.11.10. A documentação solicitada poderá ser substituída pelo SICAF desde que os documentos estejam dentro do prazo de validade e o objeto social da licitante seja compatível com o objeto licitado.

11.9.12. Para a qualificação econômico-financeira, requer-se:

11.9.12.1. certidão negativa de efeitos de falência expedida pelo distribuidor da sede da licitante;

11.9.12.2. balanço patrimonial com as demonstrações contábeis do último exercício social devidamente registrado na junta comercial do Estado da sede da licitante, já exigíveis e apresentados na forma da lei, devendo comprovar:

11.9.12.2.1. patrimônio líquido de no mínimo 10% (dez por cento) do valor total estimado para a contratação;

11.9.12.2.2. índice de liquidez corrente (ILC) superior a 1,00, calculado pela fórmula:

$$\text{ILC} = \text{AC} / \text{PC}$$

11.9.12.2.3. índice de liquidez geral (ILG) superior a 1,00, calculado pela fórmula:

$$\text{ILG} = \text{AC} + \text{ARLP} / \text{PC} + \text{PELP}$$

* As legendas das fórmulas indicam: AC – Ativo Circulante; PC – Passivo Circulante; ARLP – Ativo Realizável a Longo Prazo; e PELP – Passivo Exigível a Longo Prazo.

11.9.12.1. Será considerado como na forma da lei o balanço patrimonial assim apresentado de acordo com as seguintes condições:

11.9.12.1.1. para sociedades anônimas, publicado na imprensa oficial ou em jornal de grande circulação na sede da licitante; e

11.9.12.1.2. para as demais empresas, que seja cópia do livro diário (com o balanço inserido) devidamente registrado na junta comercial do Estado da sede (matriz ou filial).

11.9.12.2. Para empresas optantes ou obrigadas à escrituração contábil digital (ECD) por meio do Sistema Público de Escrituração Digital (SPED), a apresentação do balanço deverá ocorrer em meio eletrônico, com o código de verificação (HASH), na forma prevista na Instrução Normativa RFB n. 1.420/2013 e suas alterações.

11.9.12.3. Para a forma de escrituração em papel, o balanço patrimonial deverá estar carimbado e assinado pelo(s) responsável(is) legal(is) da empresa e pelo(s) contabilista(s), identificado(s) com o número do Cadastro de Fornecedores.

11.9.12.4. Será inabilitada a licitante que apresentar o índice de liquidez corrente e/ou o geral menor ou igual a 1,00 a partir da aplicação das fórmulas descritas anteriormente.

11.9.12.5. Não serão admitidos arredondamentos para obtenção dos índices.

11.9.13. Juntamente com os demais documentos de habilitação, a licitante deverá apresentar as seguintes declarações, podendo para tanto utilizar o Modelo em anexo a este edital:

11.9.13.1. para o cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal de 1988, requer-se declaração de que a licitante não utiliza mão de obra de pessoas menores de 18 (dezoito) anos de idade durante o período noturno ou em condições de periculosidade e insalubridade, ou de qualquer trabalho de menores de 16 (dezesesseis) anos, salvo na condição de aprendiz, neste caso a partir de 14 (quatorze) anos, conforme prescreve o inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal;

11.9.13.2. para a comprovação do previsto no art. 2º, VI, da Resolução CNJ n. 7/2005, alterada pela Resolução CNJ n. 229/2016, requer-se declaração negativa de relação familiar ou parentesco;

11.9.13.3. declaração de cumprimento da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais - Lei n. 13.709/2018.

11.9.13.4. declaração de que suas propostas econômicas compreendem a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas, devendo utilizar o modelo anexo a este edital;

11.9.13.5. declaração de que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas, devendo utilizar o modelo anexo a este edital.

11.9.14. Para a regularidade fiscal e trabalhista, requer-se:

11.9.14.1. prova de regularidade perante a Fazenda Federal;

11.9.14.2. prova de regularidade perante a Fazenda Estadual;

11.9.14.3. prova de regularidade perante a Fazenda Municipal do domicílio ou sede da licitante;

11.9.14.4. Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), fornecido pela Caixa Econômica Federal, de acordo com a Lei n. 8.036/1990; e

11.9.14.5. Prova de regularidade relativa à Justiça do Trabalho mediante a apresentação de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), nos termos da Lei n. 12.440/2011.

11.9.15. Para a qualificação técnica, requer-se:

11.9.15.1. Apresentação de Atestado de capacidade técnica, emitido por pessoa jurídica de direito público ou privado, da licitante, que comprove a aptidão para o desempenho da atividade, pertinente e compatível em características quantidades e prazos com o objeto de que trata esta licitação;

11.9.15.1.1. O atestado de capacidade técnica emitido por pessoa jurídica de direito privado deverá ser apresentado contendo as informações de quem o emitiu (razão social da empresa,

CNPJ, endereço, telefone de contato) e identificação da pessoa física responsável pela emissão do mesmo (CPF, função). Todas as informações prestadas no atestado emitido estão sujeitas à verificação, conforme previsto no art. 48, § 3º da Lei 8.666/93.

11.9.15.1.2. Entende-se por pertinente e compatível em características o(s) atestado(s) que em sua individualidade ou soma de atestados, contemplem os serviços de maior relevância, quais sejam, custos internos de gestão, planejamento e criação e serviços de produção eletrônica.

11.9.15.1.3 somente serão aceitos atestados expedidos após a conclusão do contrato ou se decorrido pelo menos 1 (um) ano do início de sua execução; e

11.9.15.1.4 Caso solicitado pela Comissão, o licitante deverá apresentar as informações necessárias à comprovação da legitimidade dos atestados, disponibilizando, entre outros documentos, cópia do contrato que deu suporte à contratação, endereço atual do CONTRATANTE e local em que foram prestados os serviços.

11.9.15.2. Apresentação de certificado de qualificação técnica de funcionamento, expedido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

11.9.16. Declaração da licitante, devidamente assinada, de que (podendo, para isso, utilizar o MODELO no anexo V):

11.9.16.1. concorda na íntegra com os termos do edital e com todos os documentos que o compõem;

11.9.16.2. recebeu e examinou todos os documentos e especificações técnicas disponibilizados, possui conhecimento do grau de dificuldade e complexidade dos serviços, assim como, se contratada for, não poderá alegar desconhecimento, com vistas a alterar sua proposta durante a execução do contrato, sob as penas da lei; e

11.9.16.3. dispõe do aparelhamento e pessoal técnico adequados e necessários para a execução dos serviços e atesta o bom estado de conservação dos equipamentos.

12. INEXECUÇÃO, EXTINÇÃO DO CONTRATO

a) A inexecução contratual ensejará a extinção do instrumento contratual, nos termos da Capítulo VIII, da Lei n. 8.666/93, nos seguintes modos:

12.1. determinada por ato unilateral e escrito da Administração, exceto no caso de descumprimento decorrente de sua própria conduta;

12.2. consensual, por acordo entre as partes, por conciliação, por mediação ou por comitê de resolução de disputas, desde que haja interesse da Administração;

2.3. determinada por decisão arbitral, em decorrência de cláusula compromissória ou compromisso arbitral, ou por decisão judicial.

b) O descumprimento, por parte da CONTRATADA, de suas obrigações legais e/ou contratuais assegura a conselho o direito de extinguir o instrumento contratual a qualquer tempo, independentemente de aviso, interpelação judicial e/ou extrajudicial.

c) O cancelamento unilateral, com fundamento no inciso I do art. 79, da Lei n. 8.666/93, sujeitará a CONTRATADA à multa rescisória de até 10% (dez por cento) sobre o valor do saldo do contrato existente na data da extinção, independentemente de outras penalidades.

d) Na aplicação das penalidades serão admitidos os recursos previstos em lei, observando-se o contraditório e a ampla defesa.

13. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

13.1. A forma de apresentação e elaboração da proposta de preços são as previstas no Edital.

14. ANÁLISE DA PROPOSTA DE PREÇOS

14.1. Os critérios de análise da proposta de preços são os previstos neste edital.

15. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

15.1. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993, para o tipo **Técnica e Preço**.

15.2. 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 a contratação prevista no presente certame, observada a mesma previsão legal.

15.3. A licitante que não concordar em praticar a Proposta de menor preço perderá o direito à contratação, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

16. A ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

16.1. A entrega e a forma de apresentação dos documentos de habilitação são as previstas no edital.

17. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1 A Comissão Permanente de Licitação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes **classificadas** no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 12 deste Edital.

17.2. Para a análise da habilitação das licitantes, também será consultado o *site* do Tribunal de Contas da União – TCU para emissão da certidão consolidada de Pessoa Jurídica disponível em <https://certidoes-apf.apps.tcu.gov.br/> e consultas *on-line* no SICAF, que será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 8.666/1993 e da Instrução Normativa SLTI/MP nº 02/2010; no *site* do Tribunal Superior do Trabalho, para verificação da regularidade trabalhista, se for o caso.

17.3. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Permanente de Licitação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes **classificadas**, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 08 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

18. DA COMPOSIÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

18.1 A Subcomissão Técnica será composta nos termos da Lei Federal n. 12.232/10 e a ela caberá o julgamento dos conteúdos dos Envelopes nº 1 e nº 3, conforme determinação do art. 10, §§ 1º, 2º, 4º, 5º, 6º, 7º, 8º e 9º, da supracitada Lei.

18.2 Os componentes da Subcomissão Técnica serão escolhidos mediante edital de Credenciamento, dentre os profissionais que cumpram os requisitos editalícios, e farão jus à remuneração delimitada naquele instrumento ou em normativos desta Administração.

19. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

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

19.2. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido neste edital.

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

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

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

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

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

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

20.HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

20.1. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora, observado o disposto neste Edital.

20.2. Será vencedora desta concorrência a licitante que:

- a) tenha sido mais bem classificada no julgamento das Propostas Técnicas;
- b) tenha apresentado a Proposta de menor preço, nos termos do item 14, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no inciso II, § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666/93; e
- c) tenha sido habilitada, observadas as disposições do item 18 deste Edital.

20.4. A Homologação e Adjudicação compete à Presidência do CREA-RO, conforme disposto no art. 43, VI da lei 8.666/93.

21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

21.1. 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 da União 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.

22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22. Eventuais recursos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à Comissão Permanente de Licitação, protocolizada na Sede do CREA-RO, de segunda a sexta-feira, no horário de 08 h às 14 h.

22.2. Interposto recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis.

22.3. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Permanente de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) à Presidência do CREA-RO, que decidirá em 05 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

22.4. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

22.5. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a ser indicado pela Comissão Permanente de Licitação.

22.6. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Permanente de Licitação, motivadamente e se houver interesse para o CREA- RO, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

23. ESTIMATIVA DE PREÇOS

23.1. A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2023/2024 consta do Elemento de Despesa Orçamentária nº 6.2.2.1.1.01.04.09.019-Serviço de Produções Jornalísticas.

23.2. O ANUNCIANTE se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

23.3. No interesse do CREA-RO, 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.

23.4. Se o ANUNCIANTE optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado serão consignadas nos próximos exercícios as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

23.5. Na prorrogação, o ANUNCIANTE poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.

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

22. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

22.1. As condições de remuneração e pagamento são as previstas no Projeto Básico.

23. FISCALIZAÇÃO

23. A forma de fiscalização e acompanhamento dos serviços são os previstos no Projeto Básico.

24. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DA CONTRATANTE

24.1. As obrigações da contratada e da contratante são as previstas no Projeto Básico.

25. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

25.1. Estão previstas no Projeto Básico.

26. PRAZOS

26.1. Prazo de vigência: da assinatura do CONTRATO até o adimplemento total das obrigações.

26.2. Prazo de execução: 1 (um) ano a partir da emissão da primeira Ordem de Serviço, podendo ser prorrogado mediante acordo entre as partes, nos termos do §1º do art. 64, da Lei n. 8666/93.

26.3. Prazos de entrega/execução das Ordens de Serviço: conforme cronograma definido na Ordem de Serviço emitida;

26.4. Substituir preposto: 1 (um) dia a partir da comunicação formal do CONTRATANTE;

26.5. Adotar providências em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços: 4 (quatro) horas a partir da comunicação formal pelo CONTRATANTE;

26.6. Prestar informações e esclarecimentos que venham a ser solicitados: 1 (um) dia a partir da comunicação formal pelo CONTRATANTE.

27. ALTERAÇÃO SUBJETIVA

27.1. NÃO é admissível a fusão, cisão ou incorporação da contratada com/em outra pessoa jurídica, desde que sejam observados pela nova pessoa jurídica todos os requisitos de habilitação exigidos na licitação original; sejam mantidas as demais cláusulas e condições do contrato; não haja prejuízo à execução do serviço pactuado e haja a anuência expressa da Administração à continuidade do contrato.

28. Veiculação

28.1. O pagamento dos serviços será realizado pelo CONTRATANTE diretamente ao veículo de comunicação, após os recebimentos definitivo e provisório, de acordo com as respectivas Ordens de Serviço emitidas pela Assessoria de Comunicação, condicionado à apresentação dos seguintes documentos:

28.1.1. detalhamento discriminado do veículo de comunicação, contendo o valor bruto da despesa, a indicação da parcela referente à comissão da Contratada e o valor líquido devido,

mencionando com clareza o serviço autorizado e os respectivos números da licitação, do Contrato e da Ordem de Serviço;

28.1.2. tabela oficial de preços do veículo de comunicação e a descrição dos descontos concedidos mediante negociação e dos pedidos de inserção, para demonstrar a procedência dos valores a serem pagos;

28.1.3. original ou cópia autenticada da página do jornal, revista, catálogo e outros meios

impressos, onde apareça a peça publicitária que foi veiculada, a data da veiculação e o nome do veículo de comunicação;

28.1.4. comprovante hábil da exibição da peça publicitária, em rádio, TV, outdoor, painel eletrônico, e assim por diante, cuja veiculação não possa ser demonstrada por meio documental.

28.2. Comprovação da Exibição da Peça Publicitária

28.2.1 Nos casos em que restar demonstrada a impossibilidade de comprovação da exibição da peça publicitária por meio documental, o veículo deverá apresentar:

a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, em papel timbrado, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pelo veículo que realizou a divulgação, da qual devem constar, pelo menos razão social 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;

a.1) Como alternativa à declaração, o veículo poderá apresentar o mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares, fazendo figurar a declaração prevista na alínea “a”, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento composto contenha todas as informações previstas na alínea “a” deste inciso.

b) Mídia Exterior:

b.1) Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, da qual devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado da declaração sob as penas do art. 299, do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, razão social da empresa e CNPJ, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b.2) Mídia Out Off Home Digital: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que realizou a veiculação da peça, de que devem constar fotos, por amostragem, das telas, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, 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;

b.3) Internet: relatório de gerenciamento assinado pela empresa que veiculou a peça, preferencialmente, com o print da tela.

29. DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

29.1. O valor da contratação dos serviços que são objeto desta licitação está estimado em R\$ 287.641,03 (duzentos e oitenta e sete mil, seiscentos e quarenta e um reais e três centavos) em um período estimado de 12 (doze) meses, a contar da data de assinatura do contrato.

29.2. O CREA/RO reserva-se ao direito de, a seu critério, utilizar o todo ou parte do valor do contrato.

30. DOS DIREITOS AUTORAIS

30.1. Fica estabelecida a cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, planos, etc.), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, concebidas, criadas e produzidas em virtude do Contrato firmado, de titularidade da Contratada para a propriedade do CREA/RO, sendo inexigível remuneração adicional a qualquer tempo e título, ressalvados os direitos de terceiros.

30.2. Deverão ser previamente negociados com o Poder Judiciário quaisquer serviços que importem em cessão de direitos autorais de fornecedores de serviços especiais, ou uso de imagem de artistas e modelos, para determinar eventual limitação no seu uso, preço original e de reutilização, e outras condicionantes, através de termo de compromisso formal.

30.3. Será considerada já incluída no custo de produção, desde que previamente ajustada, toda e qualquer remuneração exigida por terceiros, derivada da cessão de direitos autorais, seja por tempo limitado ou definitivo.

31. CUMPRIMENTO DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS – LEI Nº 13.709/2018

31.1. É vedado às partes a utilização de todo e qualquer dado pessoal repassado em decorrência da execução contratual para finalidade distinta daquela do objeto da contratação, mantendo-se sigilo e confidencialidade, sob pena de responsabilização administrativa, civil e criminal.

31.2. A CONTRATADA declara que tem ciência da existência da Lei Geral de Proteção de Dados e se compromete a adequar todos os procedimentos internos ao disposto na legislação com o intuito de proteger os dados pessoais repassados pelo CONTRATANTE.

31.3. A Contratada fica obrigada a comunicar ao MPPI, em até 24 (vinte e quatro) horas do conhecimento, qualquer incidente de acessos não autorizados aos dados pessoais, situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou qualquer forma de tratamento inadequado ou ilícito, bem como adotar as providências dispostas no art. 48 da LGPD.

31.4. A CONTRATADA cooperará com a CONTRATANTE no cumprimento das obrigações referentes ao exercício dos direitos dos titulares previstos na LGPD e nas Leis e Regulamentos de Proteção de Dados em vigor e também no atendimento de requisições e determinações do Poder Judiciário, Ministério Público, ANPD e Órgãos de controle administrativo em geral;

31.5. Eventuais responsabilidades das partes serão apuradas conforme estabelecido neste contrato e também de acordo com o que dispõe a Seção III, Capítulo VI da LGPD.

32. DISPOSIÇÕES FINAIS

32.1. 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.

32.2. A Comissão Permanente de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar

o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2, nas situações previstas neste Edital.

32.3. Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada ou inabilitada se o CREA-RO tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação técnica ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

32.4. Se ocorrer desclassificação ou inabilitação da licitante vencedora, por fatos referidos no subitem precedente, o CREA-RO poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.

32.5. Se, durante a execução do contrato, o instrumento firmado com a contratada não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o CREA-RO poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiver sujeita a signatária do contrato.

32.6. 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.

32.7. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o ANUNCIANTE comunicará os fatos verificados aos órgãos competentes, para as providências devidas.

32.8. 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.

32.9. 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.

32.10. 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.

32.11. 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.

32.12 O CREA-RO 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 interpelação 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.

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

32.14. As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça Federal, Seção Judiciária de Rondônia.

32.15. Integram este Edital os seguintes Anexos:

- a) Anexo I: Projeto Básico;
- b) Anexo II - briefing;
- c) Anexo III- Modelo de Proposta de preços;
- d) Anexo IV - Modelo de Procuração;
- e) Anexo V - Modelo de declaração;
- f) Anexo VI -Tabela Referencial SINAPRO/PA;

PORTO VELHO/RONDÔNIA, Data e assinatura eletrônica

Edison Rigoli Gonçalves
PRESIDENTE DO CREA/RO

ANEXO I

PROJETO BÁSICO

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024

1. DA INTRODUÇÃO E FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

1.1. O presente documento tem por finalidade estabelecer as diretrizes, normas, procedimentos, especificações técnicas e materiais a serem disponibilizados para atender as necessidades do órgão elencado neste projeto básico, na aquisição presentes neste termo, sendo a contratação regida pela Lei nº 12.232/2010 e Lei nº 8.666/93.

1.2. ENQUADRAMENTO LEGAL DA CONTRAÇÃO

1.2.1. A aquisição se enquadra como bens de consumo comuns.

1.2.2. Consideram-se bens e serviços comuns, aqueles cujos padrões de desempenho qualidade possam ser objetivamente definidos por meio de especificações usuais no mercado.

"Bens e serviços comuns são produtos cuja a escolha pode ser feita tão somente com base nos preços ofertados, haja vista serem comparáveis entre si e não necessitarem de avaliação minuciosa. São encontrados facilmente no mercado. São exemplos de bens comuns: caneta, lápis, borrachas, papéis, mesa, cadeiras, veículos, aparelho de ar refrigerado, etc e de execução de serviços: confecção de chaves, manutenção de veículos, colocação de piso, troca de azulejos, pintura de parede, etc. O bem ou serviço será comum quando for possível estabelecer para efeito de julgamento das propostas, mediante especificações utilizadas no mercado, padrões de qualidade e desempenho peculiares ao objeto".

2. DO OBJETO

2.1. Constitui objeto da presente licitação a **“Contratação de Serviços de Publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda para prestação de serviços ao Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de Rondônia - CREA/RO”**.

2.1.1. *Criação e produção de 01(um) vídeo institucional tipo documentário sobre o histórico do conselho com duração de até 5 minutos;*

2.1.2. *Criação, produção e veiculação de 01(um) vídeo institucional de até 01 minuto, estilo propaganda durante 30(trinta) dias - adaptação para TV aberta;*

2.1.3. Criação/Produção e impressão de revista institucional com tiragem de 3 mil exemplares – edição especial de 40 anos do CREA-RO;

2.1.4. Criação e produção de 10 artes gráficas por mês para redes sociais (Facebook e Instagram) totalizando 80 artes;

2.1.5. Criação e Produção de vídeos educativos, orientativos de até 2 minutos detalhando os serviços oferecidos pelo conselho, 24 no total;

2.1.6. Criação e produção de 06 banners para a internet, sendo um por mês, durante até 240 dias, para veiculação em jornais, sites, blogs de grande alcance;

2.1.7. Criação, produção e veiculação de 08 spots para rádio durante o período de 8(oito) meses, sendo 01(um) por mês, totalizando 960 inserções; e

2.1.8. Criação/Produção e veiculação de 04(quatro) outdoors;

2.2. Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei nº 12.232/2010;

II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

III - à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

2.3. Os serviços que compõem o objeto desta licitação, serão prestados exclusivamente ao CREA/RO, aos quais serão objetos de Ordens de Serviço Específicas emitidas pela Assessoria de Comunicação.

3. JUSTIFICATIVA

3.1 Com a contratação pretendemos realizar campanhas publicitárias visando mostrar à sociedade rondoniense todo o trabalho que é realizado pelo Crea em Rondônia e desta forma

fortalecer a imagem do Sistema Confea/Crea. O Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de Rondônia – (CREA-RO) completa no dia 06 de agosto de 2023, 40 anos de existência. Neste período de comemoração pretendemos fortalecer a imagem e comunicação da instituição, trazendo os profissionais e a sociedade rondoniense para mais perto do conselho, dando continuidade ao trabalho de comunicação regionalizada, realizada atualmente somente através de mídias sociais e site institucional com recursos próprios.

O tema proposto para os 40 anos do conselho é: **“Crea-RO atuando em em prol dos profissionais e em defesa da sociedade rondoniense”**. Ao aderir ao novo Programa de Desenvolvimento e Aperfeiçoamento da Comunicação (PRODACOM), pretendemos mostrar uma instituição atuante e decisiva para a proteção da sociedade rondoniense, na valorização dos profissionais registrados e no desenvolvimento do Estado de Rondônia, sempre com credibilidade, inovação e segurança, trabalho esse que envolve várias áreas de atuação como, por exemplo, o da fiscalização que exerce papel fundamental neste conselho e que tem obtido excelentes resultados nos últimos anos.

Com apoio deste Conselho Federal pretendemos realizar campanhas através de produção de vídeo institucional tipo documentário detalhando sobre a história do conselho em Rondônia, também a criação e produção de vídeo em formato propaganda para veicular nas TVs abertas reforçando a marca dos 40 anos, bem como produção e impressão de revista institucional com dados informativos sobre o conselho; Divulgação em mídia on-line (Facebook e Instagram do CREA/RO) com artes gráficas e produção de vídeos institucionais para uso nas redes sociais; Banners para veicular em sites; Outdoors e peças publicitárias para veiculação em meios radiofônicos.

Consideramos tal parceria essencial para que possamos mostrar à sociedade rondoniense todo o trabalho que é realizado pelo Crea em Rondônia e desta forma fortalecer a imagem do Sistema Confea/Crea.

4. ESPECIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS

4.1. Atentando-se à necessidade comum de diversos órgãos da Administração Pública, quanto à aquisição do objeto deste projeto básico, entendeu como viável o procedimento a ser adotado.

- 4.2.** O Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de Rondônia – (CREA-RO) completou no dia 06 de agosto de 2023, 40 anos de existência. São quatro décadas de serviços prestados aos profissionais da engenharia, agronomia e geociências em Rondônia.
- 4.3.** Ao aderir ao novo Programa de Desenvolvimento e Aperfeiçoamento da Comunicação (PRODACOM), visando dar continuidade ao trabalho de comunicação regionalizada.
- 4.4.** Além disso, visa demonstrar as ações institucionais que vem sendo desenvolvidas ao longo dos 40 anos de existência do CREA/RO em defesa dos nossos cidadãos, mostrando a atuação importante dos profissionais rondonienses na proteção da sociedade no desenvolvimento econômico de Rondônia.
- 4.5.** O planejamento, conceituação, concepção de campanhas para o público externo a serem definidas em cada solicitação do CREA-RO;
- 4.6.** Criação, roteirização, pré-produção, produção técnica, finalização, implementação, intermediação e supervisão da produção de todas as peças planejadas e propostas.
- 4.7.** Planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente à determinada ação publicitária;
- 4.8.** Sugestão, a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;
- 4.9.** Planejamento de mídia e não-mídia para a campanha interna e externa, independentemente da utilização ou não dos planos sugeridos;
- 4.10.** Produção de todas as peças sugeridas;
- 4.11.** A consultoria na distribuição das peças produzidas conforme o plano de mídia e não-mídia;
- 4.12.** Reuniões com a Assessoria de Comunicação do CREA-RO, para aprovação de cada passo (da ideia à arte-finalização);
- 4.13.** Pesquisas de pré-teste e pós-teste vinculadas à concepção e criação da campanha interna e externa, incluindo todas as peças e materiais publicitários;

4.14. Nas avaliações de pré-teste e pós-teste, é vedada a inclusão de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com cada ação publicitária específica ou com o objeto do contrato desta prestação de serviços de publicidade);

4.15. A entrega, para fins de arquivo, de duas cópias (impressas e gravadas em mídia digital) de todo o material produzido em arquivo editáveis (CDR, PSD ou AI);

4.16. A guarda, para solicitação a qualquer tempo, de cópias do material produzido pela agência;

4.17. Não está contemplada no objeto desta licitação a divulgação de publicidade oficial, assim entendida a publicação de documentos e informações determinadas por força de lei ou regulamento veiculada via Diário Oficial;

4.18. Os serviços de concepção e criação das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação, nos termos do art. 72 da Lei nº 8.666/93. As demais ações poderão ser subcontratadas a critério e sob supervisão da agência contratada.

4.19. Os serviços de publicidade contratados terão por objeto somente as atividades previstas na Lei Nº 12.232/2010, considerando as modificações advindas da Lei Nº 14.356/2022.

4.20. Prazos, local e condições de execução dos serviços, a empresa contratada deverá:

4.21. Os serviços poderão ser produzidos em qualquer ponto do território nacional;

4.22. As reuniões de aprovação serão realizadas, salvo acordo de ambas as partes, na sede do CREA-RO em Porto Velho-RO, admitindo-se reuniões on-line através de plataforma determinada pela Contratante em dia e horário previamente estipulados.

4.23. O Licitante vencedor não poderá solicitar prorrogação de prazo ou retardar a execução do objeto da presente Licitação, a não ser por caso fortuito e alheio à sua vontade, devidamente justificado perante a Fiscalização.

4.24. Os serviços elencados acima deverão ser executados por fornecedores externos observada a peculiaridade de cada serviço, como por exemplo: pesquisas, formas inovadoras de comunicação, produção, dentre outras.

4.25. Os serviços listados neste Projeto Básico serão executados em regime SOB DEMANDA, não estando o Contratante obrigado a executar integralmente os valores estimados para a contratação.

5. DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

5.1. O valor da contratação dos serviços que são objeto desta licitação está estimado em R\$ 287.641,03 (duzentos e oitenta e sete mil, seiscentos e quarenta e um reais e três centavos) em um período estimado de 12 (doze) meses, a contar da data de assinatura do contrato.

5.2. O CREA/RO reserva-se ao direito de, a seu critério, utilizar todo ou parte do valor do contrato.

6. DO LOCAL E DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO

6.1. Por se tratar de contratação de empresa de publicidade, sob demanda, de modo que os briefings de campanhas serão passados pela Assessoria de Comunicação Social (ASCOM), bem como as peças serão aprovadas ou ajustadas de acordo com as observações efetuadas pelo referido setor, os atendimentos e reuniões se realizarão na sede do Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de Rondônia, ressalvando-se a possibilidade de reunião por videoconferência, desde que previamente acordado entre as partes quando o encontro restar inviável para uma delas.

6.2. Em que pese todos os atos de planejamentos, ajustes e aprovações das campanhas ocorram neste Conselho, é preciso salientar que as estratégias de mídia e não mídia deverão contemplar as inspetorias do interior, de acordo com o tema e amplitude dos alvos das campanhas, o que será devidamente discriminado nos briefings disponibilizados a cada demanda.

7. VIGÊNCIA DO CONTRATO

7.1. O prazo de execução do contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, se assim as partes desejarem, mediante termo aditivo, limitando-se até 60 (sessenta) meses, nos termos do art. 140, inciso II e parágrafo único da Lei Estadual de Licitações e Contratos Administrativos (Lei 9.433/2005).

8. DA FISCALIZAÇÃO

8.1 A execução das obrigações contratuais integrantes desta licitação será fiscalizada pelo FISCAL DO subCONTRATO, com autoridade para exercer, como representante da Administração do CREA/RO, toda e qualquer ação de orientação geral, acompanhamento e fiscalização da execução contratual.

8.2 O Fiscal do Contrato será designado pela Administração do CREA/RO, bem como seu substituto legal, os quais terão as seguintes atribuições:

- a) Solicitar à Administração, a emissão de nota de empenho para efetivar a contratação;
- b) Fiscalizar a execução do contrato, objetivando garantir a qualidade desejada;
- c) Solicitar à autoridade competente a aplicação de penalidades, por descumprimento de cláusula contratual;
- d) Solicitar à contratada e seus prepostos, ou obter da Administração, tempestivamente, todas as providências necessárias ao bom andamento dos serviços;
- e) Atestar e encaminhar notas fiscais ao setor competente para autorizar pagamentos.
- f) A ação da fiscalização não exonera a contratada de suas responsabilidades contratuais.

9. CONDIÇÕES DE RECEBIMENTO E ACEITAÇÃO DO SERVIÇO

9.1. A entrega deverá ocorrer na data, hora e local estipulados no item 06;

9.2. Caso não seja possível a entrega na data assinalada, a empresa deverá comunicar as razões respectivas com pelo menos 24 horas de antecedência para que qualquer pleito de prorrogação de prazo seja analisado, ressalvadas situações de caso fortuito e força maior;

9.3. Os materiais serão recebidos conforme a Lei nº 8.666/93;

9.4. Provisoriamente, a partir da entrega, para efeito de verificação da conformidade com as especificações constantes do Edital e da proposta;

9.5. Definitivamente, após a verificação da conformidade com as especificações constantes do Edital e da proposta, e sua consequente aceitação, que se dará em até 15 (quinze) dias do recebimento provisório;

9.6. Na hipótese de a verificação a que se refere o subitem anterior não ser procedida dentro do prazo fixado, reputar-se-á como realizada, consumando-se o recebimento definitivo no dia do esgotamento do prazo;

9.7. O objeto do contrato poderá ser rejeitado, no todo ou em parte, quando estiver em desacordo com o contrato;

9.8. O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil pela solidez e pela segurança da obra ou serviço nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato, nos limites estabelecidos pela lei ou pelo contrato;

9.9. Os prazos e os métodos para a realização dos recebimentos provisório e definitivo serão definidos em regulamento ou no contrato;

9.10. Salvo disposição em contrário constante do edital ou de ato normativo, os ensaios, os testes e as demais provas para aferição da boa execução do objeto do contrato exigidos por normas técnicas oficiais correrão por conta do contratado.

10. DO PAGAMENTO E DA COMPENSAÇÃO FINANCEIRA

10.1 Os pagamentos incidirão sobre os serviços efetivamente executados devendo para tanto, a contratada encaminhar ao gestor da contratante, até 05 (cinco) dias úteis do mês subsequente a respectiva nota fiscal/fatura, referente aos serviços executados, acompanhada do relatório dos serviços prestados no período a que o pagamento se referir.

10.2 Os pagamentos serão efetuados no prazo máximo de 30 (trinta) dias, em conformidade com as medições por itens dos serviços unitários prestados, mediante a apresentação das faturas, acompanhadas da:

- I. Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais, Contribuições Relativas à Seguridade Social e à Dívida Ativa da União emitida pela Receita Federal;
- II. Prova de regularidade relativa ao Fundo de garantia do Tempo de serviço – FGTS: Certidão de Regularidade de Situação – CRS, emitida pela Caixa Econômica Federal; e
- III. Certidão negativa de débitos trabalhistas – CNDT.

10.3. A não apresentação dos documentos de regularidade fiscal e trabalhista não representam óbice para o pagamento das parcelas efetivamente executadas, contudo, em decorrência da não manutenção das condições de habilitação caracterizar-se-á o inadimplemento do contrato conforme estatuído no art. 55, inciso XIII da Lei Federal nº 8.666/93.

a. A apresentação de nota fiscal com incorreções ou desacompanhada da documentação requerida no parágrafo anterior, implicará na sua devolução à Empresa Contratada para regularização, devendo o prazo de pagamento ser contado a partir da data de sua reapresentação.

b. Se a empresa for optante pelo Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Simples Nacional), de que trata o art. 12 da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, deve anexar à fatura documento que comprove esta opção, situação em que não incidirá a retenção disposta no item acima.

c. Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a Licitante Vencedora não tenha concorrido de alguma forma para tanto, o valor devido deverá ser acrescido de encargos moratórios, apurados desde a data acima referida até a data do efetivo pagamento, tendo como base a Taxa Referencial - TR, ou outro índice que venha a substituí-la, calculados pró rata tempore, mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$EM = I \times N \times VP$$

Onde:

EM = Encargos moratórios;

N = Número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;

VP = Valor da parcela a ser paga.

I = Índice de atualização financeira = 0,000164384, assim apurado:

$$I = (TX/100) \times 365$$

$$I = (6/100) \times 365$$

$$I = 0,000164384$$

TX = Percentual da taxa anual = 6%.

d. A atualização financeira prevista nesta condição será incluída na fatura do mês seguinte ao da ocorrência.

11. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

11.1. Será especificada após aprovação deste documento pelo CONFEA.

12. FORMAS E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

12.1. A seleção será realizada através de **CONCORRÊNCIA**, com critério de seleção através da proposta de **TÉCNICA E PREÇO**, com fulcro no art.23, inciso III da Lei 8.666/93.

12.2. Previamente a Administração verificará o eventual descumprimento das condições para contratação, especialmente quanto à existência de sanção que a impeça, mediante a consulta a cadastros informativos oficiais, tais como:

a. SICAF- Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores;

b. Consulta de Inscrição e de Situação Cadastral de Pessoa Jurídica
(https://solucoes.receita.fazenda.gov.br/servicos/cnpjreva/cnpjreva_solicitacao.as);

- c. Consulta ao Simples Nacional
(<https://www8.receita.fazenda.gov.br/simplesnacional/aplicacoes.aspx?id=21>);
- d. Consulta a Receita Federal
(<https://solucoes.receita.fazenda.gov.br/servicos/certidaointernet/pj/emiti>)
- e. Consulta ao Tribunal Superior do Trabalho (<https://www.tst.jus.br/certidao>)
- f. Consulta a Regularidade do Empregador
(<https://consulta-crf.caixa.gov.br/consultacrf/pages/consultaEmpregador.jsf>);

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

12.4. Caso conste na Consulta de Situação do Fornecedor a existência de Ocorrências Impeditivas Indiretas, o gestor diligenciará para verificar se houve fraude por parte das empresas apontadas no Relatório de Ocorrências Impeditivas Indiretas (**art 29. da IN SEGES/MPDG N° 3, de 2018**);

12.5. A tentativa de burlar será verificada por meio dos vínculos societários, linhas de fornecimento similares, dentre outros (**art 29. §1° da IN SEGES/MPDG N° 3, de 2018**);

12.6. O fornecedor será convocado para manifestação previamente a uma eventual negativa de contratação (**art 29. §2° da IN SEGES/MPDG N° 3, de 2018**);

12.7. Caso atendidas as condições para contratação, a habilitação do fornecedor será verificada por meio do SICAF, nos documentos por ele abrangidos.;

12.8. É dever do fornecedor manter atualizada a respectiva documentação constante do SICAF, ou encaminhar, quando solicitado pela Administração, a respectiva documentação atualizada (**art 7. da IN SEGES/MPDG N° 3, de 2018**).

13. DA SUBCONTRATAÇÃO

13.1. Não será admitida a subcontratação do objeto.

14. ALTERAÇÃO SUBJETIVA

14.1. NÃO é admissível a fusão, cisão ou incorporação da contratada com/em outra pessoa jurídica, desde que sejam observados pela nova pessoa jurídica todos os requisitos de habilitação exigidos na licitação original; sejam mantidas as demais cláusulas e condições do contrato; não haja prejuízo à execução do serviço pactuado e haja a anuência expressa da Administração à continuidade do contrato.

15. DO REAJUSTE

15.1 O valor estimativo de verba publicitária contratados poderão ser reajustados após o interstício mínimo de 12 (doze) meses, contados da assinatura do contrato, com base no índice IPCA.

15.2. Os percentuais de honorários estabelecidos na proposta da CONTRATADA e, posteriormente, no contrato resultante desta licitação, serão fixos e irrevogáveis.

15.3. Os percentuais de desconto estabelecidos no Contrato resultante da presente licitação, serão fixos e irrevogáveis;

15.4. A Tabela referencial ABAP utilizada como parâmetro da presente contratação poderá ser atualizada sempre que ela for modificada e disponibilizada, desde que respeitados os 12 meses de interstício, da sua última atualização e que haja requerimento formal da CONTRATADA solicitando a respectiva atualização.

16. DA GARANTIA DA EXECUÇÃO

16.1. Considerando o caráter facultativo da Garantia de Execução contratual exposto no art. 56 da Lei Federal 8.666/93, este conselho opta pela não exigência da mesma.

17. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

17.1. Executar a entrega do produto nas condições estipuladas, no prazo e local indicados pelo Conselho Regional De Engenharia e Agronomia de Rondônia e em estrita observância das especificações do projeto básico e da proposta, acompanhado da respectiva nota fiscal;

17.2. Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes da execução do serviço e dos materiais fornecidos, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 1990);

17.3. O dever previsto no subitem anterior implica na obrigação de, a critério da Administração, substituir, corrigir ou reparar, às suas expensas o serviço/materiais com avarias ou defeitos, ou que não atendam às exigências previstas no Edital e na Proposta;

17.4. Atender prontamente a quaisquer exigências da Administração, inerentes ao objeto da presente aquisição;

17.5. Não permitir a utilização de qualquer trabalho do menor de dezesseis anos, exceto na condição de aprendiz para os maiores de quatorze anos; nem permitir a utilização do trabalho do menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre;

17.6. Guardar sigilo sobre todas as informações obtidas em decorrência do cumprimento do contrato

17.7 Responsabilizar-se pelas despesas dos tributos, encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais, comerciais, taxas, fretes, deslocamento de pessoal, quaisquer outras que incidam ou venham a incidir na execução do contrato;

18. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

18.1 Acompanhar a entrega do produto e execução da instalação na data e horário estipulados;

18.2 Verificar minuciosamente, no prazo fixado, a conformidade do serviço com as especificações constantes no projeto básico e na proposta, para fins de aceitação e recebimento definitivos;

18.3 Efetuar o pagamento no prazo previsto;

19. DAS PENALIDADES

19.1. A licitante que, convocada dentro do prazo de validade da sua proposta, não assinar o contrato, deixar de entregar documentação exigida no Edital, apresentar documentação falsa, ensejar o retardamento da execução de seu objeto, não mantiver a proposta, falhar ou fraudar na execução dos serviços, comportar-se de modo inidôneo, fizer declaração falsa ou cometer fraude fiscal, ficará impedida de licitar e de contratar com a União, Estados, Distrito Federal ou Municípios e será descredenciada no SICAF, ou nos sistemas de cadastramento de fornecedores a que se refere o inciso XIV do art. 4º da Lei nº. 10.520, de 17 de julho de 2002, pelo prazo de até 5 (cinco) anos, sem prejuízo das multas previstas neste Projeto Básico e das demais cominações legais.

19.2 Pela inexecução total ou parcial do contrato o CREA/RO deverá, garantida a prévia defesa, aplicar à Contratada as seguintes sanções:

a) advertência;

b) multa:

b.1) compensatória no percentual de 5% (cinco por cento), calculada sobre o valor total da nota fiscal, pela recusa em assinar o contrato, no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, após regularmente convocada, sem prejuízo da aplicação de outras sanções previstas;

b.2) moratória no percentual correspondente a 0,5% (cinco décimos por cento), calculada sobre o valor total da nota fiscal, por dia de inadimplência, até o limite máximo de 10% (dez por cento), ou seja, por 20 (vinte) dias, o que poderá ensejar a rescisão do contrato.

c) suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração, por prazo não superior a 2 (dois) anos;

d) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base na alínea anterior.

e) As sanções previstas nas alíneas “a”, “c” e “d” do subitem 20 poderão ser aplicadas juntamente com a da alínea “b”, facultada a defesa prévia do interessado, no respectivo processo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

f) A sanção estabelecida na alínea “d” do subitem 20 é de competência exclusiva do Presidente do CREA/RO, facultada a defesa do interessado no respectivo processo, no prazo de 10 (dez) dias da abertura de vista, podendo a reabilitação ser requerida após 2 (dois) anos de sua aplicação.

g) O valor das multas poderá ser descontado da nota fiscal, da garantia ou do crédito existente em favor do contratado. Caso o valor da multa seja superior ao crédito existente, a diferença será cobrada na forma da lei. As multas e outras sanções aplicadas só poderão ser relevadas, motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato da Administração, devidamente justificado.

h) Em qualquer hipótese de aplicação de sanções será assegurado o contraditório e a ampla defesa.

20. DAS CONSIDERAÇÕES GERAIS

20.1. Todos os serviços, objetos desse certame, serão executados por pessoal qualificado nas atividades envolvidas, e coordenados pelo órgão fiscalizador do CREA/RO, que, a qualquer tempo e, o seu exclusivo critério, fiscalizará a correta execução;

20.2. Quaisquer esclarecimentos acerca de dúvidas eventualmente suscitadas relativas às orientações contidas no presente Processo, poderão ser solicitados por escrito à Comissão de Licitação na sede do CREA/RO, no horário das 8h às 14h ou no e-mail: licitacao@crearo.org.br.

Edison Rigoli Gonçalves

Presidente - CREA/RO

ANEXO II BRIEFING

Para dar suporte à elaboração e ao julgamento das propostas técnicas para a concorrência de serviços de publicidade e propaganda, foi preparado um documento pelos responsáveis da elaboração do Briefing. Decidiu-se optar por um modelo com linguagem próxima ao cotidiano, com o objetivo de garantir a realização de campanhas informativas, educativas ou de orientação social.

O Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de Rondônia – (CREA-RO) completou no dia 06 de agosto de 2023, 40 anos de existência. São quatro décadas de serviços prestados aos profissionais da engenharia, agronomia e geociências em Rondônia. Neste período de comemoração pretendemos fortalecer a imagem e comunicação da instituição através dos serviços de publicidade e propaganda.

Pretendemos mostrar uma instituição atuante e decisiva para a proteção da sociedade rondoniense, na valorização dos profissionais registrados e no desenvolvimento do Estado de Rondônia, trabalho que envolve várias áreas de atuação, sempre com credibilidade, inovação e segurança.

Ao aderir ao novo Programa de Desenvolvimento e Aperfeiçoamento da Comunicação (PRODACOM), queremos dar continuidade ao trabalho de comunicação regionalizada. Iremos realizar: Criação/Produção de vídeo institucional tipo documentário, Criação/Produção de 1 VT com duração de 1 minuto para exibição nas TVs abertas, Criação/Produção/Impressão de revista institucional, Criação/Produção de mídia on-line para Facebook e Instagram do CREA/RO, Criação/Produção de vídeos institucionais para redes sociais, Criação/Produção/Veiculação de banners para internet, Criação/Produção/Veiculação de peças publicitárias para meios radiofônicos, Criação/Produção e Veiculação de Outdoors e veiculação de VT para TV aberta.

Divulgar as ações institucionais no âmbito local; regionalizar a comunicação;

Melhorar a eficiência e eficácia das ações de comunicação, marketing e de divulgação dos serviços do Crea no Estado de Rondônia;

Dar continuidade a uma comunicação moderna com identidade visual e regionalizada que atraia e aproxime os estudantes e jovens/futuros profissionais ao Crea-RO e mostre a sociedade rondoniense a importância dos nossos profissionais para segurança de todos.

Meios de veiculação: internet, televisão, rádio e jornal

Abrangência e período de veiculação: 12 (doze) meses em Rondônia.

Investimento da campanha (produção e mídia): R\$ 287.641,03 (duzentos e oitenta e sete mil, seiscentos e quarenta e um reais e três centavos)

ANEXO III

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

1.1 Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

I. Desconto, a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do das Agências de Propaganda do Pará (SINAPRO/PA).....% (..... Por cento);

II. Honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato:% (.....por cento);

III. Honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: (..... por cento);

IV. Honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (..... Por cento).

1.2 Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

Porto Velho,, dede 2024.

(Nome do licitante

Representante Legal

ANEXO IV
MODELO DE PROCURAÇÃO

OUTORGANTE: (qualificação - nome, endereço, razão social, etc.)

OUTORGADO: (qualificação - nome, endereço, razão social, etc.)

OBJETO: representar a outorgante na LICITAÇÃO Nº [número da licitação]/[ano da licitação].

PODERES: Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de propostas e habilitação, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

nome completo da agência, nome, cargo e assinatura do representante legal

LOCAL E DATA

Observação: se particular, a procuração deverá ser elaborada em papel timbrado da LICITANTE e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada, sendo necessário comprovar os poderes do outorgante para a presente delegação.

ANEXO V
MODELO DE DECLARAÇÃO

DECLARAÇÃO REFERÊNCIA: Licitação Nº. [número da licitação]/2023
CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DE RONDÔNIA:
[nome empresarial da agência]
CNPJ: [CNPJ da agência]

Declaramos, em relação à licitação em referência, sob as penas da lei, em especial do art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

I - não empregamos menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não empregamos menor de dezesseis anos, salvo menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz;

II - até a data de emissão desta declaração, inexistem fato(s) impeditivo(s) para nossa habilitação na LICITAÇÃO, estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores;

III - atendemos plenamente os requisitos de habilitação do edital da LICITAÇÃO;

IV - recebemos todos os documentos e informações necessárias para o cumprimento das obrigações objeto da LICITAÇÃO, conhecendo-os e acatando-os;

V - não estamos incurso em nenhuma das vedações previstas no art. 38 da Lei nº 13.303/2016.

Local e data nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura do representante legal

Observação: a declaração deverá ser elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por seu representante, cuja competência para prática deste ato deverá ser documentalmente comprovada.

CERTIFICADO

Documento: Edital (T-FB7B)

Certificado de assinatura gerado em **28/02/2024, 17:48**.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site crearo.meuping.io/autenticar informando o código verificador **T-FB7B** e o código CRC **BAFDA6DC**.

ASSINATURAS



Edison Rigoli Goncalves, Presidente, 28/02/24 às 17:48

CPF 887.***.***-68, **IP** 172.71.10.5, autenticação por usuário e senha.