

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019

LICITAÇÃO	Concorrência Pública
OBJETO	Contratação de até 05 (cinco) agências de Publicidade para a prestação de serviços técnicos de publicidade visando a elaboração de projetos e campanhas da Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso.
TIPO	Técnica e preço, com regime de Empreitada por preço unitário, previsto na Lei n. 12.232/2010 e e complementarmente pela Lei 8.666/93
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº	201940282
DATA E HORÁRIO DE ABERTURA	Dia 29 de março de 2019, às 08:30h, horário de Mato Grosso (Cuiabá)
LOCAL (ENDEREÇO)	Auditório Deputado Licínio Monteiro na Sede da Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso – Edifício Gov. Dante Martins de Oliveira. End. Avenida André Antônio Maggi, S/N, Setor A, CPA, Cuiabá/MT.
CONTATO	Email: sgel@al.mt.gov.br Telefone: (65) 3313-6410/6412
ACESSO AO EDITAL E ANEXOS	O Edital e anexos poderá ser obtido no website: www.al.mt.gov.br



PREAMBULO

A ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MATO GROSSO, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, designada pelo Ato nº 058/2018, publicado no Diário Oficial Eletrônico da ALMT do dia 22/02/2018, torna público que, a partir da publicação do aviso deste edital, está aberta **CONCORRÊNCIA PÚBLICA**, a ser julgada pelo critério de **TÉCNICA E PREÇO**, com regime de Empreitada por preço unitário, previsto na Lei n. 12.232/2010 e complementarmente pela Lei 8.666/93, cuja licitação tem por finalidade selecionar proposta mais vantajosa para a contratação **de até 05 (cinco) agências de publicidade** para a prestação de serviços publicitários, na elaboração de projetos e campanhas para a Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso – doravante denominada Assembleia Legislativa ou ALMT, sem divisão por lotes, itens, contas publicitárias ou segmento, conforme TERMO DE REFERÊNCIA, e demais anexos deste Edital, e na forma da legislação pertinente, em especial da Lei 12.232/2010 e complementarmente pelas Leis n. 4.680/65 e n. 8.666/93, e dos termos estabelecidos neste Edital.

A abertura da licitação e o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preço serão recebidos no dia, horário e locais acima informados.

Se a Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso não tiver expediente administrativo nessa data, a reunião fica adiada para o primeiro dia subsequente em que haja expediente administrativo na ALMT, mantido o mesmo horário.

Os documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnica e de Preço serão recebidos e abertos na data, hora e local a serem designados pela Comissão.

Quando não mencionados em contrário, os prazos contados neste Edital são contados em dias corridos.

Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sendo o processo licitatório e a contratação regida diretamente pela Lei 12.232/2010 e complementarmente pelas Leis n. 4.680/65 e n. 8.666/93.

Informações sobre o edital estão disponíveis no site da Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso, no endereço eletrônico www.al.mt.gov.br (link Portal Transparência/SIC - Licitação – Concorrência).

Os interessados em obter na íntegra o edital e seus anexos, deverão comparecer, no setor de Licitações, 2º andar, sala 203, na Sede da Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso – Edifício Gov. Dante Martins de Oliveira. End. Avenida André Antônio Maggi, S/N, Setor A, CPA, Cuiabá/MT.



DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

As despesas correrão por conta da dotação orçamentária:

Projeto Atividade : 2014 - Publicidade Institucional e Propaganda

Reduzida : 31

Elemento Despesa : 3.33.90.39.00.00 – Outros Serviços de Terceiros –Pessoa Juridica.

Fonte: 100 –Recusos do Tesouro – Ordinários

Valor Estimado : R\$ 33.000.000,00 (Trinta e três milhões de reais)

1. DO OBJETO

A ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MATO GROSSO, doravante denominada simplesmente Assembleia ou ALMT, torna público para conhecimento de quem possam se interessar, que fará realizar licitação da modalidade **CONCORRÊNCIA** do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, objetivando a contratação de até 05 (cinco) agências de publicidade para a prestação de serviços publicitários, na elaboração de projetos e campanhas para a Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso.

1. Compreendem os serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.
 2. Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:
 - a) À produção e à execução técnica das peças e projetos criados;
 - b) Ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;
 - c) À criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.
- 1.2.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.2, “b” terão a finalidade de:
- a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Assembleia, o público-alvo, e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
 - b) Aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;



- c) Possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.
- 1.3. Não se confundem com o objeto desta licitação, estando, portanto, fora da contratação, as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.
- 1.3.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 1.3 o patrocínio de mídia – assim entendido os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.
- 1.4. Para a prestação de serviços serão contratadas até 05 (cinco) agências de propaganda, doravante denominadas AGÊNCIA, que tenham suas atividades disciplinadas pela Lei 4.680/65 e que tenham obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei n. 12.232/2010, sendo que as agências atuarão de acordo com a solicitação da Assembleia, conforme procedimento de seleção interna entre as contratadas, procedimento esse a ser publicado pela imprensa oficial e constante deste edital como Anexo 8.
- 1.4.1. A Agência atuará de acordo com a solicitação da Assembleia.
- 1.4.2. A agência atuará por conta e ordem da Assembleia na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares a que se refere o subitem 1.1. e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias (Art. 3º da Lei nº 4.680/65 c/c ao Art. 2º da Lei nº 12.232/10) .
- 1.4.3. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto desta licitação.

2. CONDIÇÕES GERAIS

- 2.1. A participação nesta Concorrência implica para a licitante:
- A aceitação plena e irrevogável das normas constantes do presente Edital e dos seus Anexos;
 - A confirmação de que recebeu da Comissão o invólucro n. 1, bem como todos os documentos e informações necessárias à participação nesta licitação;
 - A observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor;
 - A responsabilidade pela veracidade das informações e dos documentos que apresentar durante a licitação;
- 2.2. Não poderão participar da licitação empresas:



- a) Cujo dirigente seja funcionário e/ou prestador de serviços da Assembleia;
 - b) Suspensas de licitar ou impedidas de contratação com a Assembleia, enquanto durar a suspensão ou o impedimento;
 - c) Declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurar o motivo determinante da punição ou até que seja promovida a reabilitação;
 - d) Que se encontrem sob falência decretada, concordata/recuperação judicial e extrajudicial, concurso de credores, dissolução ou liquidação;
- 2.3. Não é permitida:
- a) A participação de consórcio de empresas;
 - b) A participação de licitante com mais de uma proposta.
- 2.4. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das propostas e documentos de habilitação exigidos nesta Concorrência, independentemente da condução ou do resultado da licitação.
- 2.5. Não poderão participar da licitação as agências integrantes de um mesmo grupo – assim entendidas, para efeito deste edital, aquelas que tenham diretores ou sócios em comum.
- 2.6. PARTICIPAÇÃO DE EMPRESA DE PEQUENO PORTE
- 2.6.1. Nos termos dos artigos 42 a 49 da Lei Complementar n. 123, de 14 de dezembro de 2006, as empresas de pequeno porte deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição.
- 2.6.2. Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração Pública, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.
- 2.6.3. Eventual interposição de recurso contra a decisão que declara o vencedor do certame não suspenderá o prazo supracitado.
- 2.6.4. A não regularização da documentação no prazo previsto no subitem 2.6.2 implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no artigo 81 da lei 8.666/93 e suas alterações posteriores sendo facultado à Administração convocar para nova sessão pública os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para contratação ou revogar a licitação.
- 2.6.5. Será assegurado, como critério de desempate, preferência de contratação para as empresas de pequeno porte, entendendo-se como empate aquelas situações em que o resultado final, constituído pela média ponderada das pontuações das Propostas Técnica e de Preço, alcançada pelas microempresas e empresas de pequeno porte, sejam iguais ou até 10% inferior à media ponderada apresentada



- pela licitante mais bem classificada e desde que não seja esta uma microempresa ou empresa de pequeno porte.
- 2.6.6. Ocorrendo o empate entre microempresas e empresas de pequeno porte, será realizado sorteio entre elas.
- 2.6.7. A empresa de pequeno porte que usufruir dos benefícios de que trata a lei complementar n. 123/2006 deverá apresentar, na forma da lei, juntamente com os documentos de habilitação, a declaração de que não se encontra em nenhuma das situações do parágrafo 4º. do artigo 3º. do citado dispositivo.
- 2.7. Os contratos oriundos desta licitação terão duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.
- 2.7.1. A CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei n. 8.666/93.
- 2.8. Pagamento do Serviço Contratado: em conformidade com o prescrito no Instrumento Contratual, modelo anexo a este edital.
- 2.9. O objeto licitado será adjudicado às agências, em até o número de 05 (cinco) a critério da CONTRATANTE, globalmente e, portanto, sem divisão de lotes ou contas, que forem melhor classificadas na média ponderada das pontuações recebidas na Proposta Técnica e na de Preços, aplicando-se os pesos estabelecidos por este edital para as propostas.
- 2.10. O valor global da verba estimada para esta licitação é de R\$ 33.000.000,00 (Trinta e três milhões de reais)

3. RETIRADA DO EDITAL E ESCLARECIMENTO DE DÚVIDAS

- 3.1. A retirada deste Edital deverá ser realizada no seguinte endereço: no setor de Licitações, 2º andar, sala 203, na Sede da Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso – Edifício Gov. Dante Martins de Oliveira. End. Avenida André Antônio Maggi, S/N, Setor A, CPA, Cuiabá/MT, das 08:00 às 18:00 horas, dias úteis, e também por meio do website www.al.mt.gov.br
- 3.2. Os pedidos de esclarecimentos não constituirão, necessariamente, motivos para que se altere a data e o horário da Reunião de Licitação, salvo se houver alteração material das propostas comerciais, nos termos do item 3.11.
- 3.3. A solicitação de esclarecimento não deve utilizar termos que possam propiciar a identificação da proposta da licitante perante a Subcomissão Técnica, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária – invólucro 1.
- 3.4. A Assembleia dará conhecimento das consultas e respectivas respostas, sem informar a identidade da licitante consulente, exclusivamente por meio da internet, no endereço www.al.mt.gov.br.
- 3.5. Cabe às licitantes interessadas acessar o referido endereço para conhecer as consultas e as respectivas respostas.



- 3.6. As alterações do Edital que afetarem a formulação da proposta serão comunicadas aos interessados que o retiraram e divulgadas pela mesma forma que se deu texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido.
- 3.7. A retirada deste Edital deverá ser realizada no site www.al.mt.gov.br.
- 3.8. Visando possíveis comunicações acerca do presente certame, e para efeito do disposto no item 4.2., o interessado deverá encaminhar recibo de retirada de edital devidamente preenchido por meio eletrônico, para o endereço de email: sgel@al.mt.gov.br.
- 3.9. O pedido de esclarecimento deverá ser protocolizado fisicamente de segunda a sexta-feira, das 08:00 hs às 17:00 hs no setor de protocolo geral da ALMT, assim como também poderá ser enviado para o e-mail sgel@al.mt.gov.br, caso em que o original deverá ser protocolado na ALMT, no prazo estipulado no item 3.10 deste edital.
- 3.10. Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão Especial de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos até 5 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas.
- 3.11. A Comissão Especial de Licitação responderá os esclarecimentos das consulentes, exclusivamente via e-mail, publicando, ainda, no website da ALMT as respectivas respostas.
- 3.12. Cabe a todas as licitantes indicarem seus e-mails para recebimento das respostas às consultas recebidas pela Comissão de Licitação e confirmarem o recebimento das mesmas.
- 3.13. O pedido de esclarecimento efetuado após o prazo estipulado no subitem 3.10 ou sem o protocolo do original, implica o seu recebimento como mera informação.

4. IMPUGNAÇÃO AO EDITAL

- 4.1. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão Permanente de Licitação – CPL, que tem o prazo de 3 (três) dias úteis para respondê-la, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.:
 - 4.1.1 I – a pessoa que não se manifestar até 5 (cinco) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços;
 - 4.1.2 II - a licitante que não se manifestar até 2 (dois) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços.
- 4.2. Considera-se licitante, para efeito do subitem 4.1.2, a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma do subitem 3.8



- 4.3. A impugnação deverá ser protocolizada fisicamente de segunda a sexta-feira, das 8:00 hs às 14:00 hs, na Sede da Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso – Edifício Gov. Dante Martins de Oliveira. End. Avenida André Antônio Maggi, S/N, Setor A, CPA, Cuiabá/MT. A impugnação tempestiva **NÃO** impede a licitante de participar da licitação, até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.
- 4.4. A impugnação também poderá ser enviada para o e-mail sgel@al.mt.gov.br, caso em que o original deverá ser apresentado no endereço do subitem 4.3, no prazo de cinco dias contados da recepção do e-mail, desde que a apresentação física da impugnação atenda o prazo indicado no subitem 4.1.
- 4.5. A apresentação de impugnação após o prazo estipulado no subitem 4.1 ou sem o protocolo do original, no caso do subitem 4.5, implica o seu recebimento como mera informação.

5. CREDENCIAMENTO DOS REPRESENTANTES

- 5.1. A licitante poderá designar apenas 01 (Um) preposto para representá-la na reunião de licitação.
- 5.2. Nenhum preposto poderá representar mais de uma licitante.
- 5.3. O credenciamento do preposto será realizado mediante Instrumento Público ou Particular, ou Carta de Credenciamento, conforme modelo constante do Anexo 01 deverá outorgar poderes para a prática de todos os atos pertinentes ao certame em nome da licitante e comporá os autos do processo licitatório. Deverá ser apresentado contrato social da empresa outorgante do credenciamento, original ou cópia autenticada, demonstrando que quem credenciou o preposto tem poderes para tanto, como sócio ou dirigente da outorgante.
- 5.4. Sendo o representante sócio, proprietário ou dirigente da empresa proponente, deverá apresentar cópia do respectivo Estatuto ou Contrato Social, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.
- 5.5. O credenciado deverá identificar-se exibindo o documento de identidade ou outro legalmente equivalente assim como cópia autenticada ou documento original, do contrato social da licitante, fora dos envelopes.
- 5.6. A licitante que não estiver devidamente representada nos termos descritos acima não terá sua participação prejudicada no certame, entretanto não poderá se manifestar formalmente.
- 5.7. Havendo substituição do representante credenciado no decorrer da licitação e caso haja interesse em designar outro credenciado, a licitante deverá apresentar novos documentos de representação.
- 5.8. Caso a licitante não deseje fazer-se representar na reunião de licitação, poderá encaminhar por meio de portador – na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital – os invólucros com a documentação exigida para a sua participação no certame.



5.9. Não serão recebidos invólucros enviados por via postal.

5.10. As Microempresas e Empresas de Pequeno Porte que queiram participar do certame beneficiando-se do sistema diferenciado elencado na Lei Complementar Federal nº 123 de 14 de dezembro de 2006, deverão apresentar também Requerimento, assinado por representante/sócio da empresa, solicitando valer-se do tratamento diferenciado concedido às microempresas e empresas de pequeno porte pela Lei Complementar Federal nº 123, de 14 de dezembro de 2006 (modelo -Anexo 11), bem como CERTIDÃO anexa ao requerimento, emitida pela Junta Comercial, para comprovação da condição de microempresa ou empresa de pequeno porte, na forma do art. 8º da Instrução Normativa nº 103/2007 do Departamento Nacional de Registro do Comércio - DNRC.

6. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

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

QUESITOS:

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

6.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no briefing – ANEXO 06 e nas orientações deste Edital, observadas especialmente as seguintes previsões:

I – formatação realizada conforme subitens 6.2.5 a 6.2.9;

II – elaboração em 02 (duas) vias, quais sejam:

a) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;

i. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que



possibilite, por si só, a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro n. 2.

- b) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.
- ii. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e ou material da Idéia Criativa a que se refere o subitem 6.2.3.2. – e conter a identificação da licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

SUBQUESITOS:

- 6.2.1. **Raciocínio Básico** é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Assembleia, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.
- 6.2.2. **Estratégia de Comunicação Publicitária** é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expressos no briefing, compreendendo:
- I. explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
- II. explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.
- 6.2.3. **Ideia Criativa** é um subquesto por meio do qual a licitante apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.
- 6.2.3.1. Todas as peças e ou material que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação na qual, a critério da licitante, poderão ser inseridos comentários circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que deles se pode esperar.
- 6.2.3.2. A relação deverá indicar as peças e ou material que foram corporificados nos termos do subitem 6.2.3.3.
- 6.2.3.3. Da relação de peças e ou material, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes orientações:
- I. Serem apresentados sob a forma de:
- a) roteiro, leiaute e ou storyboard impressos, para qualquer meio;
- b) protótipo ou “monstro” para peças destinadas a rádio e internet;



c) storyboard animado ou animatic, para TV e cinema.

II. Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, observadas as seguintes regras:

- a) Cada redução e ou variação de formato será considerada como uma peça;
- b) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;
- d) Um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
- e) Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

6.2.3.3.1. Só serão aceitos exemplos de peças e ou material não finalizados.

6.2.3.3.2. Para a produção dos exemplos de peças ou material não serão aceitas capturas de vídeo.

6.2.3.3.3. Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução.

6.2.3.3.4. Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) formatada conforme previsão do subitem 6.2.5., VIII, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem 6.2.3.1.

6.2.3.3.5. Os storyboards animados, animatics, protótipos e monstros deverão ser apresentados em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

I. storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov. Wmv, mpeg, vob;

II. protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;

III. protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

6.2.3.3.6. Os exemplos de peças e ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro n. 1, observado o disposto no subitem 8.2.2.,II.

6.2.3.3.7. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro n. 1 poderão ser dobradas.

6.2.3.3.8. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido – desde que não prejudique sua leitura- sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou passe-partout.



- 6.2.4. **Estratégia de Mídia e Não Mídia** é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e ou planilhas nos quais deverá ser apresentada:
- I. justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante e em função da verba referencial indicada no briefing
 - II. simulação do plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material constantes da relação prevista no subitem 6.2.3.1.
- 6.2.4.1. Da simulação do plano de distribuição deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:
- I – período de distribuição das peças e ou material;
 - II – quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
 - III – valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
 - IV – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
 - V – quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
 - VI – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia:
- 6.2.4.2. Para fins desta Concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.
- 6.2.4.3. A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:
- I – os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;
 - II – deve ser desconsiderado o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65;
 - III – devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.
 - IV – Especificamente para o planejamento de mídias digitais e inovadoras, com destaque para uso da internet e redes sociais, valerão também as tabelas vigentes com valor bruto (portais, blogs, entre outros) e no caso de impulsionamento para a rede Facebook, ficará a critério das licitantes, caso inclua tal ação em seu planejamento, sugerir valores com base nos dados transmitidos pelo briefing.

FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

- 6.2.5. O caderno específico que compõe o Plano de Comunicação Publicitária deverá observar a seguinte formatação:
- I – Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;
 - II – capa e contracapa em papel A4branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco.



- III – conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato;
 - IV – espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
 - V – títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
 - VI – espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, duplo após título e entretítulos e entre parágrafos;
 - VII – alinhamento justificado do texto.
 - VIII – texto enumeração de páginas em fonte “arial”, cor automático, tamanho 12 Pontos;
 - IX – numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, do lado direito, no canto inferior de cada página.
- 6.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e ou material prevista no subitem 6.2.3.1. estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquesitos.
- 6.2.6.1. Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e não Mídia estão limitados a 20 (vinte) páginas.
- 6.2.7. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesito Idéia Criativa deverão ser apresentados em papel A4 ou A3, em papel offset 75 ou 90 gr, sem uso de suporte:
- I. separadamente (soltas) do caderno de que trata o subitem 6.2.5.;
 - II. adequados às dimensões do invólucro n. 1, cabendo à licitante observar o disposto no subitem 8.2.2,II;
- 6.2.8. As tabelas e gráficos integrantes dos subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:
- I – ser editados em cores;
 - II – ter seu conteúdo editado com a fonte “arial”, tamanho “10 pontos”;
 - III – ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) páginas para efeito do subitem 6.2.6.
- 6.2.9. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesitos Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:
- I – ser editados em cores;
 - II – ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;
 - III – ser apresentados em papel A3 dobrado, onde serão consideradas 2 (duas) páginas para efeito do subitem 6.2.6.1.

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

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



- I – A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- II – a quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
- a) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais.
- b) os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da Assembleia.
- III – as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.
- IV – a sistemática de atendimento e os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- V – as informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Assembleia, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.
- 6.3.1. Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 6.3. deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4 ou A3 dobrado, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, do lado direito e no canto inferior de cada página, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.
- 6.3.2. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

III – REPERTÓRIO

- 6.4. O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, agrupados em caderno específico.
- 6.4.1. No caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:
- I – as peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2012;
- II – as peças eletrônica deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);



III – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas).

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

IV – as peças e ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Assembleia seja ou tenha sido signatária;

V – formatação na orientação retrato, em fonte “arial”, tamanho”12 pontos”, com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, do lado direito, no canto inferior de cada página, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos;

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

6.4.1.1. Para cada peça e ou material previstos no subitem 6.4.1, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

6.4.1.2. A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido no subitem 6.4.1 implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

6.4.1.2.1. A proporcionalidade a que se refere o subitem 6.4.1.2 será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 9.3, III.

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

IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

6.5. A licitante deverá apresentar, em caderno específico, 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes ou ex-clientes, desde que estes últimos tenham sido atendidos em período posterior a 31 de dezembro de 2011.

6.5.1. As propostas de que trata o subitem 6.5 devem ter recebido a autorização para sua produção ou ter sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2012.

6.5.2. A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista no subitem 9.3,IV.



- 6.5.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes ou ex-clientes, desde que estes tenham sido atendidos em período posterior a 31 de dezembro de 2011 e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Assembleia seja ou tenha sido signatária.
- 6.5.3.1. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.
- 6.5.3.2. Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função.
- 6.5.4. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material – não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 6.5 – independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:
- I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos)
- II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 6.5, ou ser apresentadas separadamente (soltas), preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais: Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.
- III – para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.
- 6.5.5. Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 6.5 deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial” tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.
- 6.5.5.1. Qualquer página com os documentos e informações do caderno específico poderá ser editada em papel A3 dobrado, caso em que, para fins do limite previsto no subitem 6.5, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

7. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

- 7.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do Anexo 03, informando o percentual de honorários, sem a quebra de percentual, na forma indicada no subitem 9.8.1, alíneas “a” do edital, incidente sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à



execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias e o desconto, sob forma de percentual, na forma indicada no subitem 9.8.1, alínea “b” do edital, sem quebra de percentual, a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das **Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso**, em vigor quando da prestação dos serviços, observando-se ainda que, para atender o disposto no parágrafo 3º do art. 44 e inciso II do art. 48 da Lei 8.666/93, evitando-se a inexecuibilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado:

- I - não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços externos de produção; sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e sobre formas inovadoras de comunicação publicitária;
 - II – não será aceito desconto inferior a 30% (trinta por cento) sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso.
 - III – se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;
 - IV – o percentual de honorários , assim como de desconto proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;
 - V – o percentual de honorários e os custos internos propostos deverão contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc);
 - VI – os honorários propostos deverão observar o item **15.7**;
 - VII – A Proposta de Preço deverá ter declaração da licitante:
 - a) Comprometendo-se 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 à Assembleia as vantagens obtidas;
 - b) Informando estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Nona do **Anexo 05** – minuta de contrato.
- 7.2. A Proposta de Preço poderá adotar o modelo sugerido (**Anexo 03**) e deverá ser:
- a) datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.
 - b) firme e precisa, sem propostas alternativas ou condicionadas que induzam o julgamento a ter mais de um resultado.



- 7.2.1. Serão analisadas apenas as Propostas de Preço das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.
- 7.2.2. A classificação das Propostas de preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação, referente ao percentual de honorários relativos (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias e de percentual de descontos sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso.
- 7.2.3. O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, 90 (noventa) dias, a contar da data da abertura da reunião de licitação, indicada na epígrafe deste Edital.

8. DISPOSIÇÕES GERAIS

- 8.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão acondicionada em três invólucros distintos, conforme subitens 8.2, 8.3 e 8.4 e a Proposta de Preço, no invólucro n. 4, conforme subitem 8.5, na data, hora e local indicados no tópico “reunião de licitação” do preâmbulo deste Edital.
- 8.1.1. O invólucro n. 1 será padronizado e fornecido pela Assembleia mediante solicitação formal da licitante à Comissão na sala da Superintendência de Licitação, na sede da Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso de segunda a sexta-feira, das 08h00 às 16h00.
- 8.1.1.1. O invólucro n. 1 deverá ser retirado por portador da empresa que dará recibo, no qual constarão os seguintes dados da empresa: nome empresarial, CNPJ, endereço, telefone e email.
- 8.1.2. Os invólucros n.2, n. 3 e n. 4, serão providenciados pela licitante e deverão ser adequados às características de seu conteúdo, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam até a sua abertura.

ATENÇÃO: O invólucro n. 5, contendo os documentos de Habilitação, deverá ser entregue em sessão pública específica, nos termos do item 10.

INVÓLUCRO N. 1

- 8.2. No invólucro n. 1, invólucro padronizado fornecido pela Assembleia, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que trata o subitem 6.2, caput e inciso II, “a”.
- 8.2.1. O invólucro n. 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.



8.2.2. Para preservar, até a abertura do invólucro n. 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o invólucro n. 1 não poderá:

- I. Apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite a identificação da licitante antes da abertura do invólucro n. 2
- II. Estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

ATENÇÃO: Recomenda-se cuidado no manuseio do invólucro n. 1, a fim de evitar que qualquer dano ou deformação venha a gerar, nos termos do subitem **12.8.2.** o impedimento em participar desta licitação.

INVÓLUCRO N. 2

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

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

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO N. 02
 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA
 ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MATO GROSSO
 CONCORRÊNCIA N.001/2019
 EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)
 CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

INVÓLUCRO N. 3

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

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

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO N. 03
 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
 ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MATO GROSSO
 CONCORRÊNCIA N. 001/2019
 EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)
 CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

8.4.2. O invólucro n. 3, assim como os cadernos específicos, documentos e informações que o compõe não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária –



Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro n. 2.

INVÓLUCRO N. 4

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

PROPOSTA DE PREÇO – INVÓLUCRO N. 04

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MATO GROSSO

CONCORRÊNCIA N. 001/2019

EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)

CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

9. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

9.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de **TÉCNICA E PREÇO**, nos termos do art. 5º da Lei 12.232/2010 e dos arts. 45, parágrafo 1º, III e 46, parágrafo 2º, incisos I e II da Lei 8.666/93, sendo que é estabelecido o peso **70** para a Proposta Técnica e peso **30** para a Proposta de Preço.

9.2. O julgamento das Propostas Técnicas será realizado pela Subcomissão Técnica, prevista no item 11, que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela licitante:

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

- a) Raciocínio Básico (máximo 15 pontos)– a acuidade de compreensão:
 - das funções e do papel da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico;
 - da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Assembleia com seus públicos;
 - das características da Assembleia e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
 - o desafio de comunicação expresso no briefing.
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo 15 pontos)
 - i. Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Assembleia e ao desafio de comunicação;
 - ii. Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
 - iii. Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Assembleia com seus públicos;
 - iv. Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação;
 - v. Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.
 - vi. Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária, o desafio de comunicação expresso no briefing, seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível.



- c) **Ideia Criativa (máximo 15 pontos)**
- i. Adequação ao desafio de comunicação;
 - ii. Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
 - iii. Adequação ao universo cultural do público-alvo.
 - iv. Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
 - v. Originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
 - vi. Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
 - vii. Pertinência às atividades de comunicação da Assembleia, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico;
 - viii. Desdobramentos comunicativos que ensejam conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
 - ix. Exequibilidade das peças e ou do material;
 - x. Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.
- d) **Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 10 pontos)**
- i. Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo;
 - ii. Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
 - iii. Consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação aos dois subitens anteriores (9.2,I,d, ”i” e “ii”);
 - iv. Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Assembleia;
 - v. Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
 - vi. Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (máximo 05 pontos)

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

III – REPERTÓRIO (máximo 05 pontos)



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

**IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
(máximo 05 pontos)**

- a) Evidência de planejamento publicitário;
- b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) Relevância dos resultados apresentados;
- d) Concatenação lógica da exposição.

9.3. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 70 (setenta) pontos e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesitos e subquesito:

I – Plano de Comunicação Publicitária: máximo **55 (cinquenta e cinco pontos)**

- a) Raciocínio Básico: máximo 15 (quinze pontos);
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária: máximo 15 (quinze pontos);
- c) Ideia criativa: máximo 15 (quinze pontos);
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia – máximo 10 (dez pontos).

II – Capacidade de Atendimento: máximo 05 (cinco pontos)

III – Repertório: máximo 05 (cinco pontos)

IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: máximo 05 (cinco pontos)

9.3.1. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no ítem 9.3., obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.

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

9.3.3. A subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20 (vinte) por cento da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

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

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

9.4. Será desclassificada a licitante que:

I – não observar as determinações e as exigências deste Edital;



II - Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos.

III – tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.

- 9.5. Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as maiores notas, observadas as condições mínimas indicadas no subitem 9.4., II.
- 9.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquesitos ideia criativa, estratégia de comunicação publicitária, estratégia de mídia e não mídia e nos quesitos capacidade de atendimento, relatos de soluções de problemas de comunicação e repertório.
- 9.6.1. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 12.9 ou em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as licitantes.
- 9.7. Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas as licitantes mais bem classificadas na Proposta Técnica.

JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

- 9.8. Na sessão pública designada pela Comissão de Licitações serão abertos os Invólucros n. 4 – Proposta Comercial – que serão rubricadas pela Comissão de Licitação e pelas agências presentes ou por comissão de até três pessoas que representem as licitantes, por escolha das agências participantes presentes à sessão.
- 9.8.1. Feita a classificação das Propostas Comerciais, serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios abaixo:
- a) Percentual de honorários sobre (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, fixados nos limites estabelecidos no quesito 7.1:

Pontos	Percentual de honorários
15	10% ou abaixo de 10%
12	De 11% a 12%
10	De 13% a 14%
05	15%

- b) Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso que estiver em vigor, fixados nos limites estabelecidos no quesito 7.2:



Pontos	Desconto sobre a tabela de custos internos
15	50% ou acima de 50%
12	De 45% a 49%
10	De 40% a 44%
07	De 35% a 39%
05	De 30% a 34%

9.8.2. Serão consideradas as melhores propostas comerciais aquelas que atingirem as maiores pontuações através da fórmula abaixo:

NFPC = Nota final da Proposta Comercial

D1 – Pontuação aplicada ao Percentual sobre honorários de produção externa

D2 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso

$$\underline{\underline{NFPC = D1 + D2}}$$

JULGAMENTO DAS MELHORES PROPOSTAS, APLICANDO-SE A MÉDIA PONDERADA ENTRE A MELHOR PROPOSTA TÉCNICA E A MELHOR PROPOSTA DE PREÇOS

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

$$PF = (Nota Final Proposta Técnica) + (Nota Final Proposta Comercial)$$

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPC = Pontuação relativa à proposta comercial

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

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

9.9.2. Após a utilização do critério de desempate disposto no item 9.9.1, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio.

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

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



- 9.9.5. Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas as 5 (cinco) licitantes mais bem classificadas no julgamento final, com a aplicação da média ponderada, entre as Propostas Técnicas e de Preços - observado o disposto no subitem quesito 9.9.
- 9.9.6. As 5 (cinco) primeiras colocadas na média ponderada entre a Proposta Técnica e a Proposta de Preço, se atenderem a todas as exigências do edital quanto aos documentos de Habilitação.
- 9.9.7. Fica ressalvado que, a critério da Assembleia, poderão ser contratadas até 05 (cinco) agências, como poderão ser contratadas em menor número.

10. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 10.4. As licitantes cujas Propostas Técnica e de Preço tenham sido classificadas deverão entregar os Documentos de Habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão.
- 10.4.1. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação, na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 12.12.
- 10.5. Os documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no invólucro n. 5, que deverá ser apresentado fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – INVÓLUCRO N. 5
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MATO GROSSO
CONCORRÊNCIA Nº 001/2019
EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)
CNPJ: (indicar o CNPJ da licitante)

- 10.5.1. O invólucro n. 5 será providenciado pela licitante e deverá ser adequado às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- 10.5.2. Documentos de Habilitação deverão ser apresentados em uma única via, acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante, a partir da primeira página interna, do lado direito e no canto inferior e deverão ser apresentados:
- I – em original ou
II – sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial, ou
III – em cópia autenticada por cartório competente, ou
IV – em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação.

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



10.6. Os documentos referentes à **HABILITAÇÃO JURÍDICA** são:

- I – cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;
- II – registro comercial, em caso de empresa individual;
- III – ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor devidamente registrado, em se tratando de sociedade empresária e, no caso de sociedade por ações, acompanhado dos documentos de eleição de seus administradores;
- a) Os documentos deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais da licitante, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência;
- IV – inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedade simples, acompanhada de prova da Diretoria em exercício;
- V – decreto de autorização de funcionamento no País, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

10.7. Os documentos referentes à **REGULARIDADE FISCAL e TRABALHISTA** são:

- I – prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;
- II – prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou à sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da licitação;
- III – Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante.;
- IV – Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS;
- V – Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT;
- VI – certidões negativas de débitos ou não, contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município (tributos mobiliários) em que estiver localizada a sede da licitante;

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

10.7.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

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

10.8. Os documentos referentes à **QUALIFICAÇÃO TÉCNICA** são:

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



II – declaração(oes) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante presta(ou) ao declarante(s) serviço de publicidade cujas atividades sejam similares, pelo menos, às do objeto deste Edital, conforme ANEXO 04:

10.9. A **QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA** será comprovada mediante apresentação:

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

- a) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;
- b) Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto;

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

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

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

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

II – No caso de licitante que apresentar igual ou menor que 1,0 (um) no cálculo do ISG, ILC e ILG, deverá comprovar possuir patrimônio líquido igual ou superior a 1% do valor da verba global publicitária fixada.

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

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



- 10.10. A licitante também deverá incluir no invólucro n. 5 declaração elaborada conforme modelo do ANEXO 02 – I, afirmando:
- I – conhecimento do instrumento convocatório;
 - II – atendimento ao art. 27, inciso , da Lei 8.666/93;
 - III – inexistência de impedimento para a participação;
 - IV- elaboração independente de proposta.
- 10.11. O CNPJ da licitante deverá ser o mesmo compreendido no cadastro junto à Receita Federal e ou em todos os documentos de habilitação, não sendo permitido uso de documentos pela matriz, quando emitidos para a sua filial e vice-versa.
- 10.11.1. Excetuam-se da restrição a que se refere o subitem 10.7 os documentos que, pela própria natureza, forem comprovadamente emitidos somente em nome da matriz ou da filial.
- 10.12. Não serão aceitos “protocolos de entrega” ou “solicitação de documentos” expedidos por quaisquer órgãos, em substituição aos documentos exigidos neste Edital.
- 10.13. A licitante que se alegar desobrigada de apresentar qualquer dos documentos de habilitação deverá inserir no invólucro n. 5 declaração ou certificado expedido por órgão competente ou legislação em vigor que comprovem essa condição.
- 10.14. A verificação pela Comissão nos sites oficiais das entidades emissoras de certidões constitui meio legal de prova.
- 10.15. Serão consideradas habilitadas as licitantes classificadas que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital.

11. SUBCOMISSÃO TÉCNICA

- 11.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão, na forma do art. 10 da Lei 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.
- 11.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.
- 11.2.1. No mínimo dois dos membros da Subcomissão Técnica não tem vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a ASSEMBLEIA.
- 11.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica ocorreu por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 09 (nove) integrantes, previamente cadastrados pela Assembleia, dos quais três foram escolhidos como titulares e dois como suplentes.
- 11.3.1. A relação de nomes foi publicada no Diário Oficial do Estado, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão publica marcada para o sorteio.



- 11.3.2. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderia impugnar pessoa integrante da relação de nomes, mediante a apresentação de justificativa à Comissão.
- 11.3.2.1. Admitida a impugnação, o impugnado teria o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.
- 11.3.2.2. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 11.
- 11.3.3. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 11.3.
- 11.3.4. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.
- 11.3.5. A sessão pública para o sorteio foi realizada em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 11.3.1. e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.
- 11.3.5.1. O sorteio, processado pela Comissão, foi realizado em três etapas:
- I – 02 (dois) membros que não possuam vínculo com Assembleia;
 - II – 01 (um) membro que possui vínculo com a Assembleia.
 - III – 02 (dois suplentes), um que não possua vínculo com a Assembleia e outro que possua.
- 11.3.6. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá Subcomissão Técnica, quando solicitado pela Comissão, manifestar-se sobre eventuais recursos de licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.

12. REUNIÃO DE LICITAÇÃO

- 12.1. A reunião de licitação será realizada em 4 sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação.
- 12.1.1. Todos os fatos relevantes, pertinentes ao objeto da Licitação, ocorridos durante a reunião de licitação serão registrados em ata circunstanciada.
- 12.2. A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 5.2.
- 12.3. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, rubricar as Propostas Técnicas, de preço e os Documentos de Habilitação nas respectivas sessões públicas.
- 12.4. Aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes poderão ser relevados pela Comissão, se constantes dos documentos submetidos à análise e julgamento da Subcomissão Técnica, por esta subcomissão, desde que não firam o entendimento da proposta e o ato não acarrete violação aos princípios básicos da licitação.



- 12.5. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preço.
- 12.6. A Comissão poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.
- 12.7. Se os invólucros lacrados das licitantes desclassificadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados da homologação desta Concorrência, prazo após o qual serão destruídos.

PRIMEIRA SESSÃO

- 12.8. A abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previsto os no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:
- I – identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;
 - II – apresentação à Comissão dos invólucros n.s 1, 2, 3 e 4.
 - III – exame da conformidade dos invólucros com as disposições deste Edital;
 - IV – rubrica no fecho dos invólucros ns 2 e 4 e subsequente acondicionamento destes invólucros em receptáculo específico com rubrica no seu respectivo fecho pela Comissão e representantes das licitantes;
 - V – abertura dos invólucros ns 1 e 3, exame e rubrica de seus respectivos conteúdos pela Comissão e rubrica pelos representantes das licitantes presentes.
- 12.8.1. Após o encerramento do prazo para recebimento dos invólucros, o qual será declarado pela Comissão na sessão pública, nenhum outro invólucro, documento ou embalagem será recebido.
- 12.8.2. O invólucro n. 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão se:
- I – não apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite sua identificação ou a identificação da licitante antes da abertura do invólucro n. 2:
 - II – não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilidade a identificação da licitante.
- 12.8.2.1. O não recebimento do invólucro n. 1 implica o não recebimento dos demais invólucros da licitante e seu consequente impedimento de participar da Concorrência.
- 12.8.3. A Comissão, antes da abertura dos invólucros n. 1, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária, sendo que não será disponibilizado, neste ato, para as licitantes, o exame do conteúdo dos envelopes ns.1 e 3.



- 12.8.4. A Comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros n. 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.
- 12.8.5. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos invólucros ns;. 1 e 3, for constatada ocorrência que possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.
- 12.8.6. Os invólucros ns 2 e 4 permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão.
- 12.8.7. Abertos os invólucros ns. 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.
- 12.8.8. A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos invólucros ns. 1 e 3 observarão os seguintes procedimentos:
- I – encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros n 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
 - II – análise individualizada e julgamento, pela subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária.
 - III – elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilhas com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso:
 - IV – encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros n. 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
 - V – análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de atendimento, do Repertório e dos relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
 - VI – elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.
- 12.8.9. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 9.4,I e Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.
- 12.8.9.1. O disposto no subitem 12.8.9 não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos invólucros n. 2



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

SEGUNDA SESSÃO

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

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

TERCEIRA SESSÃO

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

- I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;
- II – abertura dos invólucros n. 4, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e representantes das licitantes presentes;
- III – julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços e divulgação do resultado aos representantes das licitantes presentes;



- IV – declaração das vencedoras no julgamento final das Propostas, quais sejam, as 5 (cinco) primeiras licitantes mais bem classificadas na média ponderada, de acordo com os respectivos pesos, na Proposta Técnica e na Proposta de Preços;
- V – informação de que o resultado do julgamento final das Propostas será divulgado na forma da lei, com a indicação da ordem de classificação.

QUARTA SESSÃO

- 12.11. A Comissão convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para participar da quarta sessão pública que terá a seguinte pauta básica:
 - I – identificação dos representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
 - II – recebimento e abertura dos invólucros n. 5, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes;
 - III – informação de que o resultado da habilitação será divulgado na forma da lei, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados;
- 12.12. Na hipótese de todas as propostas de preço serem desclassificadas ou de todas as licitantes serem inabilitadas, a Comissão poderá fixar às licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de nova documento ou de outras propostas escoimadas das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.
 - 12.12.1. A nova documentação deve ser apresentada na forma prevista neste Edital, e entregue em sessão pública.
- 12.13. Decididos os recursos e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente, observado o subitem 1.3.1., homologará e adjudicará seu objeto às licitantes vencedoras.

13. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

- 13.1. Dos atos decisórios ou que resultem aplicação de penalidade cabe recurso, interposto na forma impressa, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata.
 - 13.1.1. A intimação dos atos decisórios será feita mediante publicação na imprensa oficial, salvo para as decisões sobre o recebimento e julgamento das propostas e sobre a habilitação ou inabilitação de licitantes, se presentes os prepostos das licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata.
 - 13.1.2. A intimação da aplicação da penalidade será realizada por notificação direta à licitante.
- 13.2. O recurso contra o julgamento das propostas e o contra habilitação ou inabilitação de licitantes terá efeito suspensivo, e o seu acolhimento importará a invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.



- 13.2.1. A Comissão poderá, motivadamente, atribuir efeito suspensivo ao recurso contra os demais atos.
- 13.3. A continuidade da reunião de licitação, no caso de interposição de recurso, será comunicada aos interessados por e-mail.
- 13.4. Os recursos interpostos serão comunicados às partes interessadas, que poderão apresentar contrarrazões no prazo de 5 (cinco) dias úteis a partir do término do prazo do recorrente, sendo-lhes assegurada vistas dos elementos indispensáveis à defesa dos seus interesses.
- 13.5. O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, que poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, neste mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, para decisão.
- 13.6. Os recursos interpostos fora do prazo legal e ou subscritos por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo para responder pela licitante não serão conhecidos.

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

14. PENALIDADES

- 14.1. Ensejará a aplicação de multa no percentual de 0,5% (meio por cento) sobre a estimativa de despesas previstas no subitem **16.1**, sem prejuízo da aplicação de outras penalidades previstas na Lei 8.666/93, a licitante que, convocada dentro do prazo de validade de sua proposta:
- I – recusar-se, injustificadamente, a assinar o contrato;
 - II – não atender as condições previstas no subitem 15.2, inviabilizando a contratação.
- 14.1.1. A multa deverá ser recolhida na Assembleia no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação, sob pena de execução judicial.
- 14.1.2. O disposto no subitem 14.1 não se aplica às licitantes remanescentes convocadas na forma do subitem 15.3.1.
- 14.2. Ensejará a aplicação de suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Assembleia, pelo período de 6 (seis) meses até 2 (dois) anos.:
- I – recusa, injustificada, de assinar o Termo de Contrato.
 - II – não manutenção das condições de habilitação;
 - III – prática de atos ilícitos, visando a frustrar os objetivos da licitação;
 - IV – condenação definitiva pela prática dolosa de fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;



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

- 14.2.1. A penalidade de suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar poderá ser aplicada sem prejuízo da aplicação da multa prevista no subitem 14.1.
- 14.3. Poderá ainda ser aplicada a penalidade de Declaração de Inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública, na forma do Inciso IV e parágrafo 3º do art. 87 da Lei 8.666/93, que será proposta ao Secretário de Comunicação da Assembleia, na ocorrência dos casos do artigo 88 da mesma Lei.
- 14.4. Não serão aplicadas penalidades na ocorrência de casos fortuitos, força maior.

15. CONTRATAÇÃO

- 15.1. A contratação será formalizada mediante assinatura do contrato, para cuja assinatura as licitantes adjudicatárias terão o prazo de 10 (dez) dias úteis contados a partir do recebimento da respectiva convocação da Assembleia.
- 15.2. Como condição para a assinatura do contrato, sem prejuízo das demais disposições previstas neste Instrumento, as licitantes adjudicatárias deverão apresentar:
 - I – documentação exigida na habilitação, porventura vencida após a reunião de licitação, devidamente atualizada;
- 15.3. A recusa em assinar o contrato ou o não atendimento das condições previstas no subitem 15.2 implica a decadência do direito à contratação, sem prejuízo da aplicação de penalidades previstas no item 14.
 - 15.3.1. A decadência do direito à contratação autoriza a Assembleia a, independentemente de qualquer aviso ou notificação, revogar a licitação, ou convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, observado o subitem 2.6, para, atendendo ao subitem 15.2, assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato.
 - 15.3.2. Não se aplicam às licitantes remanescentes as penalidades previstas no subitem **15.3**.
- 15.4. As licitantes adjudicatárias terão o prazo de 20 (vinte) dias, contados da data da publicação do extrato do contrato na imprensa oficial, para apresentar a garantia prevista no **item 17**.
- 15.5. Integrará o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pelas licitantes adjudicatárias que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência.
- 15.6. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses podendo ser prorrogado, na forma da lei, observada a cláusula segunda do Anexo 05 – Minuta do Contrato e a vigência máxima de 60 (sessenta) meses.



- 15.7. A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Sétima e Oitava do **Anexo 05 – Minuta do Contrato**, consoante os preços estabelecidos em suas respectivas Propostas de preço.
- 15.7.1. A forma e as condições de pagamento são as constantes da minuta do contrato.
- 15.7.2. A agência deverá centralizar o comando da publicidade da Assembleia em Cuiabá, comprovando em até 30 (trinta) dias da assinatura do CONTRATO, que nele mantém, para esse fim, escritório, sucursal, filial ou sede com estrutura de atendimento representada, no mínimo pelos seguintes profissionais, conforme subitem **4.1.2 do Anexo 05 – Minuta do contrato**:

- I – um na área de atendimento;
- II – dois na área de criação;
- III – um na área de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica;
- IV – um na área de mídia.

16. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

- 16.1. A soma das despesas com o contrato resultante desta Concorrência está estimada em R\$ 33.000.000,00 (trinta e três milhões de reais) pelos primeiros 12 (doze) meses.

As despesas decorrentes da contratação, objeto desta licitação, correrão por conta dos recursos consignados na conta orçamentária: **Projeto Atividade** : 2014 - Publicidade Institucional e Propaganda; **Reduzida**: 31; **Elemento Despesa** : 3.33.90.39.00.00 – Outros Serviços de Terceiros –Pessoa Juridica; **Fonte**: 100 –Recusos do Tesouro – Ordinários

- 16.2. A Assembleia se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

17. GARANTIA

- 17.1. No prazo de 30 (trinta) dias da assinatura do contrato, cada licitante vencedora deverá apresentar garantia, em favor da Assembleia, correspondente a 1% (um por cento) do valor do contrato que cada uma firmar (subitem 16.1.).
- 17.2. A garantia deverá ser prestada nos termos da **Cláusula Décima Primeira do contrato** em uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei 8.666/93, à escolha das licitantes adjudicatárias.

18. DISPOSIÇÕES FINAIS

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



- 18.2. É facultada à Comissão ou à autoridade superior efetuar, em qualquer fase da licitação, consultas ou promover diligências com vistas a esclarecer ou complementar a instrução do processo;
- 18.3. As situações não previstas neste Edital, inclusive as decorrentes de caso fortuito ou de força maior, serão resolvidas pela Comissão ou pela autoridade competente.
- 18.4. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento.
 - 18.4.1. Os prazos estabelecidos neste Edital só se iniciam e vencem em dias de expediente da Assembleia.
- 18.5. Este Edital e seus anexos, bem como as Propostas vencedoras, farão parte integrante do contrato – **Anexo 05**, como se nele estivessem transcritos.
- 18.6. O conteúdo deste Edital e de seus anexos, bem como outros documentos que forem emitidos pela Assembleia e fornecidos às licitantes, são complementares entre si, devendo ser interpretados conforme os princípios que regem as licitações públicas.
- 18.7. Até a assinatura do contrato, as licitantes adjudicatárias poderão ser desclassificadas ou inabilitadas se a Assembleia tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.
- 18.8. Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com a contratada for rescindido, a Assembleia poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação verificada nesta Concorrência, para dar continuidade à execução do objeto, desde que aceitem as mesmas condições oferecidas pela contratada e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.
- 18.9. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.
- 18.10. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a Assembleia comunicará os fatos verificados ao Ministério Público do Estado, para as providências devidas.
- 18.11. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.
 - 18.11.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei 8.666/93.

19. FORO



19.1. É competente o Foro da comarca de Cuiabá – Justiça Estadual – para dirimir quaisquer dúvidas oriundas da presente licitação.

20. ANEXOS

- 1 - ANEXO 1 – CARTA DE CREDENCIAMENTO
- 2- ANEXO 02 – MODELO DE DECLARAÇÃO
- 3 - ANEXO 03 – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO
- 4 - ANEXO 04 – DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA
- 5- ANEXO 05 - MINUTA DE CONTRATO
- 6- ANEXO 06 - BRIEFING
- 7- ANEXO 07 – TERMO DE REFERÊNCIA E ANEXOS
- 8 - ANEXO 08 – PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA
- 9 - ANEXO 09 – PLANILHA DE AVALIAÇÃO – PLANO DE COMUNICAÇÃO
- 10 - ANEXO 10 – PLANILHA DE AVALIAÇÃO – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO, RELATOS DE SOLUÇÕES
- 11 - ANEXO 11 – REQUERIMENTO DE BENEFÍCIO DO TRATAMENTO DIFERENCIADO E DECLARAÇÃO PARA MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE (LEI COMPLEMENTAR Nº 123/2006)

Cuiabá (MT), 08 de fevereiro de 2019.

Fabício Ribeiro Nunes Domingues
PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO



ANEXO 01

MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

OBJETO: Representação na licitação promovida pela Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso

CONCORRÊNCIA Nº. 001/2019

Por meio da presente carta, credenciamos o(a) Sr.(a) , portador (a) da Cédula de Identidade n.e CPF..... a participar da Licitação instaurada pela Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso, na modalidade de concorrência n. xxx/20....., na qualidade de REPRESENTANTE LEGAL, outorgando-lhe poderes para pronunciar-se em nome da Empresa , CNPJ , bem como retirar editais, apresentar Propostas e Documentos de Habilitação, participar de sessões públicas de abertura dessas Propostas e Documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e praticar todos os demais atos inerentes ao certame.

.....,de de 201....

OUTORGANTE

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



ANEXO 02
MODELO DE DECLARAÇÃO

Referência: Licitação promovida pela Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso

CONCORRÊNCIA Nº. 001/2019

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

- 1) Conhecimento do instrumento convocatório; ter recebido o **invólucro n. 1**, assim como todos os documentos e informações necessários à participação na Concorrência, conhecendo e acatando as condições para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;
- 2) Atendimento à Lei 8.666/93: que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos:

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

- 3) Inexistência de impedimentos para a participação:

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

- 4) Elaboração independente de Proposta:

- a) Que a proposta apresentada foi elaborada de maneira independente;
- b) Que a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da desta Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- c) Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;
- d) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação; e
- e) Que o conteúdo da proposta apresenta da para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da Assembleia antes da abertura oficial das propostas.

....., de de 201....

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



ANEXO 03

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

Referência: Licitação promovida pela Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso

CONCORRÊNCIA Nº. 001/2019

Nome empresarial da licitante:

CNPJ n.

Endereço, telefone e e-mail:

Validade da proposta(.....)dias (no mínimo 90 dias), a partir da data de sua apresentação.

- 1) Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência n. 001/2019, promovida pela Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso, serão cobrados os seguintes honorários:
 - a) Honorários de% (.....) sobre os custos (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
 - b) Em decorrência dos trabalhos de criação e produção interna, será aplicada a Tabela Referencial de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso, vigente quando da prestação dos serviços correspondentes, com um desconto de% (..... por cento);

O preço proposto contempla todos os custos e despesas necessários à plena execução do serviço, tais como de pessoal e de administração e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear da Assembleia a esse título.
- 2) Declaramo-nos cientes de que a Assembleia Legislativa procederá á retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.
- 3) O desconto de agência ou honorários de mídia será pago à agência que intermediar a compra de espaço/tempo publicitários, pelos Veículos de Comunicação, na base de 20% sobre o valor da mídia efetivamente negociada,



sendo que o Veículo emitirá sua fatura contra a Assembleia Legislativa correspondente à chamada “parte líquida”, correspondente a 80% do valor da mídia, e a agência emitirá sua nota-fiscal correspondente a % (..... por cento), já deduzido o repasse de 5% (cinco por cento) sobre o valor da mídia negociada e que equivale a ¼ (uma quarta parte) do desconto de agência, contra a Assembleia Legislativa.

- 4) Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na **Cláusula Nona** da minuta de contrato (**ANEXO 05**).

.....dede 201.....

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

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



ANEXO 04

DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA

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

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

....., de de 201.....

CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DA EMPRESA EMITENTE

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



ANEXO 05

MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO N.xxx./201..., **PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE.**

A ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MATO GROSSO, inscrita no CNPJ.MF sob n., doravante denominada simplesmente ASSEMBLEIA, representada, neste ato, pelo seu Presidente, sr., carteira de identidade n.expedida por CPF. N. e, de outro lado, a Agência de Publicidade, inscrita no CNPJ.MF sob n., com sede em, doravante denominada simplesmente **CONTRATADA**, por seu(s) representante(s) legal(is)carteira de identidade RG. N. e CPF. N., resolvem de comum acordo firmar o presente CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, doravante designado simplesmente CONTRATO, que será regido pelas seguintes cláusulas:

CLAÚSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1.1. O presente instrumento tem origem na Concorrência n. 001/2019, à qual se encontra vinculado, e tem por objeto a contratação da prestação de serviços de publicidade à Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso.

1.1.1. Compreendem os serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de comunicação.

1.1.1.1. Também integram o objeto deste CONTRATO, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

I – à produção e à execução técnica das peças e projetos criados;

II – ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;

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

1.1.1.2. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.1.1.1.,II, terão a finalidade de:

I – gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Assembleia, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;



II – aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

III – possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.2. Não estão abrangidas por esta contratação as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.

1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 1.2 o patrocínio de mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

1.3. A CONTRATADA atuará apenas de acordo com solicitação da Assembleia Legislativa.

1.4. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto deste CONTRATO.

2. CLÁUSULA SEGUNDA – DA VIGÊNCIA

2.1. O período de vigência deste CONTRATO será de 12 (doze) meses, com início a partir de sua assinatura.

2.2. Este CONTRATO poderá ser prorrogado, nos termos da lei (artigo 57, inciso II e parágrafo 4º da Lei 8.666/93), limitada sua vigência a 60 (sessenta) meses.

2.2.1. A decisão sobre a prorrogação observará o resultado das avaliações semestrais previstas no subitem 6.4.

2.2.2. As prorrogações serão formalizadas por meio de Termo Aditivo e publicadas na imprensa oficial.

3. CLÁUSULA TERCEIRA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA por meio da Concorrência n. 001/2019, nos primeiros 12 (doze) meses de vigência contratual, estão estimadas em R\$ 33.000.000,00 (trinta e três milhões de reais), fixada como estimativa para o atendimento publicitário institucional e de utilidade pública da Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso e correrão pela seguinte conta orçamentária: **Projeto Atividade** : 2014 - Publicidade Institucional e Propaganda; **Reduzida**: 31; **Elemento Despesa**: 3.33.90.39.00.00 – Outros Serviços de Terceiros –Pessoa Jurídica; **Fonte**: 100 –Recusos do Tesouro – Ordinários

3.1.1. O valor estimado poderá ser atualizado pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo- IPCA (IBGE).

3.2. A Assembleia se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.



4. CLAUSULA QUARTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

4.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste CONTRATO ou dele decorrentes:

4.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

4.1.1.1. Os serviços indicados no subitem 1.1.1. deverão ser executados por meio dos profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na Proposta Técnica apresentada na Concorrência n. 001/2019, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior mediante comunicação prévia à Assembleia.

4.1.2. Centralizar o comando da publicidade da Assembleia em Cuiabá, comprovando em até 30 (trinta) dias da assinatura deste CONTRATO, que nele mantém, para esse fim, escritório, sucursal, filial ou sede com estrutura de atendimento representada, no mínimo pelos seguintes profissionais:

I – um na área de atendimento;

II – um na área de planejamento e pesquisa;

III – dois na área de criação;

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

V – um na área de mídia.

4.1.2.1. Os profissionais designados para o escritório, sucursal, filial ou sede em Cuiabá, deverão ter experiência equivalente ou superior à daqueles indicados na proposta técnica.

4.1.2.2. A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de seus representantes em outros Estados ou cidades, desde que tenham experiência equivalente ou superior aos dos indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na proposta técnica, para executar os serviços de planejamento e criação ou outros complementares ou acessórios pertinentes a este CONTRATO, observado o atendimento às condições contratuais.

4.1.2.3. A CONTRATADA, sempre que tecnicamente recomendado, deverá utilizar, em complemento, os recursos de comunicação próprios da Assembleia.

4.1.3. O desempenho da CONTRATADA será permanentemente verificado pela Assembleia.

4.1.4. Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste CONTRATO, de acordo com os prazos e demais especificações estipulados pela Assembleia.

4.1.4.1. A CONTRATADA executará os serviços indicados no subitem 1.1.1. diretamente, com seus próprios recursos.

4.1.4.2. A CONTRATADA poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários à execução das atividades complementares a que se refere o subitem **1.1.1.1.**, fornecedores de serviços especializados.

4.1.4.2.1. A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de serviços especializados deverá ser submetida à prévia e expressa autorização da



- Assembleia e implica a atuação da CONTRATADA por conta e ordem da Assembleia.
- 4.1.4.2.2. A Assembleia deverá ser previamente identificada na contratação de veículos de divulgação.
- 4.1.4.2.3. Caberá à CONTRATADA efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ter sido realizada em até 5 (cinco) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pela Assembleia.
- 4.1.5. Contratar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os danos e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.
- 4.1.5.1. Alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados deverão ser tempestiva e formalmente comunicados à Assembleia, devendo a CONTRATADA adotar providências imediatas para solucionar a pendência.
- 4.1.6. Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme aprovação da Assembleia e atestar a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.
- 4.1.7. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.
- 4.1.7.1. Pertencem à Assembleia, devendo-lhes ser transferidas, as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação, realizada diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.
- 4.1.7.1.1. O disposto no subitem **4.1.7.1.** não abrange os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.
- 4.1.7.1.2. A CONTRATADA não poderá sobrepor os planos de incentivo aos interesses da Assembleia, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.
- 4.1.7.2. Nos casos de reutilizações de peças publicitárias da Assembleia, a CONTRATADA deverá negociar sempre as melhores condições de preço.
- 4.1.8. Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados à Assembleia:
- I – Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores.



II – Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados na Assembleia ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido:

- a) A impossibilidade de obter as 3 (três) cotações deverá ser previamente justificada à Assembleia, por escrito, para decisão sobre a contratação.

III – exigir do fornecedor que a cotação seja apresentada no original ou cópia digitalizada, em papel timbrado e que:

- a) Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
- b) Detalhe os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;

IV – informar, por escrito, os fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na **Cláusula Nona** para a reutilização de peças e material publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos;

4.1.8.1. Quando o fornecimento de serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global deste CONTRATO, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da Assembleia.

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

4.1.8.3. Se e quando julgar conveniente, a Assembleia poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor, assim como utilizar sua equipe técnica interna, para a produção de materiais publicitários, que sejam compatíveis com as expertises dos profissionais que compõem a referida equipe técnica interna.

4.1.8.4. As disposições do subitem **4.1.8.** não se aplicam à compra de mídia.

4.1.8.5. As condições do subitem **4.1.8.**, I e II, não se aplicam à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado.

4.1.9. Encaminhar, a cada 6 (seis) meses de vigência do contrato e de seus eventuais aditamentos, referentes a peças aprovadas pela Assembleia e sem ônus para esta, as seguintes cópias de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga:

I – TV e Cinema: cópias em arquivos digitais;

II – Internet: cópias em arquivos digitais;

III – Rádio: cópias em arquivos digitais;

IV – Mídia impressa e material publicitário: cópias com arquivos digitais em alta resolução, finalizados.

4.1.9.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo HD - externo, se garantido o atendimento à solicitação da Assembleia.



- 4.1.9.2. Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pela Assembleia.
- 4.1.9.3. Caso as mídias indicadas nos incisos I a IV do subitem 4.1.9. se tornem tecnologicamente obsoletas, a Assembleia indicará mídia substituta para envio da cópia das peças produzidas.
- 4.1.10. Disponibilizar à Assembleia informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.
- 4.1.11. Entrega à Assembleia relatório de pagamentos feitos a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até **o dia 6 do mês subsequente** ao do pagamento realizado pela Assembleia.
- 4.1.12. Entregar à Assembleia, em meio eletrônico, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos, conforme modelo definido pela Assembleia.
- 4.1.13. Elaborar, sempre que solicitado pela Assembleia, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.
- 4.1.14. Prestar, às suas expensas, os seguintes serviços:
- I – criação e manutenção de acervo da propaganda da Assembleia, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste CONTRATO e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.
- II – criação e manutenção de banco de imagens, em meio virtual, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste CONTRATO e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.
- 4.1.14.1. A agência se reunirá com a Assembleia, em até 60 (sessenta) dias após a assinatura do CONTRATO, para apresentar proposta para o banco de imagens e para o acervo de propaganda, compreendendo entre outros itens, as especificações técnicas, a sistemática de navegação e de filtros de pesquisa e os formatos dos arquivos.
- 4.1.14.1.1. Aprovada pela Assembleia, a proposta passará integrar este CONTRATO, ressalva a possibilidade de ajustes, sempre que necessário à manutenção do banco/acervo virtuais.
- 4.1.14.2. A CONTRATADA, por meio deste CONTRATO, transfere à Assembleia a propriedade do sistema tecnológico referente ao banco/acervo virtuais, incluído o seu código/fonte.
- 4.1.14.3. O banco/acervo virtuais deverão estar funcionando em até 120 (cento e vinte) dias após a assinatura deste CONTRATO.
- 4.1.15. Não caucionar ou utilizar este CONTRATO como garantia para qualquer operação financeira.
- 4.1.16. Manter, durante a execução deste CONTRATO, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, entre as quais a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o art. 4º e seu parágrafo 1º da Lei 12.232/2010.



- 4.1.16.1. Em não se comprovando a manutenção das condições de habilitação, a CONTRATADA terá 60 (sessenta) dias para regularizar a situação, contados da notificação da Assembleia, prazo após o qual poderá ser promovida a rescisão contratual.
- 4.1.17. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando exigido por norma, com relação a empregados de fornecedores contratados.
- 4.1.18. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste CONTRATO, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
- 4.1.18.1. A CONTRATADA é responsável por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.
- 4.1.18.2. Sempre que solicitados pela Assembleia, a CONTRATADA deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 4.1.19. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor atualizado previsto no subitem **3.1.**, facultada a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes.
- 4.1.20. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados.
- 4.1.21. Obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento deste CONTRATO.
- 4.1.22. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes, responsabilizando-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.
- 4.1.23. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 anos após a extinção deste CONTRATO.

5. CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DA ASSEMBLEIA

- 5.1. Constituem obrigações da Assembleia, além das demais previstas neste CONTRATO ou dele decorrentes:
- 5.1.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA, observado o subitem **4.1.5.** e respectivos subitens.
- 5.1.2. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.



5.1.3. Fiscalizar a execução deste CONTRATO e subsidiar a CONTRATADA com informações e/ou comunicações úteis e necessárias ao melhor e fiel cumprimento das obrigações.

6. CLÁUSULA SEXTA – DA EXECUÇÃO, GESTÃO E AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS

6.1. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço objeto deste CONTRATO após sua respectiva aprovação formal pela Assembleia.

6.1.1. A Assembleia poderá acompanhar a execução dos serviços contratados, juntamente com um representante credenciado pela CONTRATADA.

6.1.2. A aprovação dos serviços não afasta a responsabilidade da CONTRATADA quanto à sua perfeita execução.

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

6.2.1. A não aceitação de serviços objeto deste CONTRATO, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da Assembleia.

6.2.1.1. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que o serviço, quando não aceito, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado às suas expensas e nos prazos estipulados pela Assembleia, observado o subitem **4.1.5**.

6.3. A gestão deste CONTRATO pela Assembleia será realizada pela (**Secretaria de Comunicação**)

6.3.1. A gestão e fiscalização deste CONTRATO em nada restringem a responsabilidade da CONTRATADA pela execução dos serviços.

6.3.2. A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste CONTRATO, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e às exigências apresentadas pela fiscalização.

6.3.3. Serão anotadas e registradas todas as ocorrências relacionadas com a execução contratual, cabendo à CONTRATADA atender, no prazo estipulado pela Assembleia às determinações para regularização das faltas ou defeitos observados.

6.4. A Assembleia realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos, dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela CONTRATADA e do atendimento ao subitem **4.1.7**.

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

I - solicitar à CONTRATADA a melhora da qualidade dos serviços prestados;

II – subsidiar decisão sobre prorrogação e rescisão contratuais;



III – subsidiar declaração sobre desempenho da CONTRATADA.

7. CLÁUSULA SÉTIMA – DA REMUNERAÇÃO

- 7.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada por honorários de% (.....) sobre os custos (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.
- 7.2. Os honorários serão calculados sobre o preço faturado pelos fornecedores.
- 7.3. Pelos serviços de criação e execução interna, a CONTRATADA receberá o valor correspondente indicado na Tabela de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso, vigente quando da prestação dos serviços correspondentes, com um desconto de% (..... por cento).
- 7.4. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratadas, na cidade de Cuiabá, serão de responsabilidade da CONTRATADA.

8. CLÁUSULA OITAVA – DESCONTO DE AGÊNCIA

- 8.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Sétima, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei n. 4.680/65 e do Decreto n. 57.690/66.
- 8.1.1. O desconto de que trata o subitem precedente será concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da Assembleia, nos termos do art. 19 da Lei n. 12.232/2010.
- 8.2. A CONTRATADA repassará à Assembleia o valor correspondente a 5% (cinco) por cento do valor da mídia efetivamente contratada sobre o valor acertado para cada veiculação, correspondente ao repasse parcial dos honorários de veiculação, pagos pelos Veículos de Comunicação à agência de publicidade.

9. CLÁUSULA NONA – DOS DIREITOS AUTORAIS

- 9.1. A CONTRATADA cede à Assembleia os direitos autorais patrimoniais de uso das idéias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste CONTRATO.
- 9.1.1. Os direitos são cedidos de forma total e definitiva, para uso no Brasil ou em qualquer outro país do mundo.



- 9.1.2. O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração definidas nas **cláusulas sétima e oitava**.
- 9.1.3. Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pela Assembleia em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.
- 9.2. Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.
- 9.3. A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.
- 9.4. A Assembleia será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento deste CONTRATO, sejam estes passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.
- 9.4.1. É garantida à Assembleia a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos originalmente de titularidade da CONTRATADA e dos funcionários desta, sobre os resultados da execução deste CONTRATO, ressalvados os direitos autorais e conexos de terceiros.

10. CLÁUSULA DÉCIMA – DA LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

10.1. Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pela Assembleia, a CONTRATADA deverá apresentar:

I – a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MATO GROSSO, CNPJ. N....., contendo o número deste CONTRATO e os seguintes dados da CONTRATADA:

Banco (nome e número)

Agência (nome e número)

Conta Corrente (número)

- a) Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas tempestiva e formalmente à Assembleia, ficando a CONTRATADA responsável pelos prejuízos decorrentes da falta ou intempestividade da informação.
- b) O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais e na conta corrente utilizada para pagamento à CONTRATADA deverá ser o CNPJ da CONTRATADA constante do preâmbulo deste CONTRATO.
- c) Quando referente ao pagamento de fornecedores e veículos, a nota fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou produção dos serviços e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ.



II – a primeira via do documento fiscal do fornecedor de serviços especializado ou do veículo:

- a) O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais dos fornecedores de serviço especializado deverá ser o mesmo da cotação de preços que norteou a contratação.

III – os documentos comprobatórios da execução dos serviços especializados e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega;

IV – os documentos comprobatórios da demonstração do valor devido ao veículo, da sua respectiva tabela de preços, da descrição dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e da efetiva veiculação, sendo este último providenciado sem ônus para a Assembleia.

- a) Na ocorrência de falha em uma programação em mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso IV a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

10.1.1. O comprovante de veiculação a que se refere o subitem 10.1, IV é constituído por:

I – revista e anuário: exemplar original;

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

III – demais meios: relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente ou por um dos seguintes documentos:

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

a.1) Como alternativa ao procedimento previsto na alínea “a”, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea “a” deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento “composto” contenha todas as informações previstas na alínea “a”.

b) Mídia Exterior:

- i. Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as foros, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e



CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

- ii. Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração.
- iii. Carro de Som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração.

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente acompanhado do print da tela.

10.1.1.1. As formas de comprovação de veiculação em mídia não previstas nas alíneas “a”, “b”, e “c” do subitem 10.1.1., III, serão estabelecidas formalmente pela Assembleia, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

10.1.2. Compete ao Gestor do contrato, a conferência dos preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o artigo 15 da Lei n. 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos respectivos Planos de Mídia pela CONTRATADA à Assembleia.

10.2. Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à(atenção: indicar a que departamento devem tais documentos serem enviados).

10.2.1. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços, a Assembleia a seu juízo, poderá devolvê-la para as devidas correções, ou aceita-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

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

10.2.1.2. A Assembleia não pagará nenhum acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste CONTRATO.



- 10.3. Antes da efetivação dos pagamentos, será verificada a comprovação de regularidade da CONTRATADA referente à:
- I – Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviços – FGTS;
 - II – Certidão Conjunta de Regularidade com a Fazenda Federal (Quitação de Tributos e Contribuições Federais e Dívida Ativa da União da Fazenda Federal);
 - III- Certidões negativas de tributos estaduais e municipais emitidas pelos respectivos órgãos;
 - IV – Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.
- 10.3.1. A CONTRATADA apresentará à Assembleia os documentos comprobatórios de manutenção de suas condições de habilitação, sempre que próximos aos seus respectivos vencimentos.
- 10.3.2. A não apresentação ou a irregularidade dos documentos listados no subitem 10.3 não acarretará retenção do pagamento. Entretanto, a CONTRATADA será comunicada quanto à apresentação de tais documentos em até 30 (trinta) dias, com a aplicação das penas cabíveis em caso de não atendimento.
- 10.4. A Assembleia efetuará o pagamento em até 30 (trinta) dias após atesto do gestor do contrato.
- 10.4.1. O atesto somente será realizado mediante a comprovação do cumprimento pela CONTRATADA de todas as condições pactuadas e ocorrerá em três dias úteis após a entrega da documentação pertinente, observado o subitem **14.9**.
- 10.4.1.1. Para efeito de contagem do prazo de atesto, a documentação recebida após as 15h00 será considerada entregue no dia útil subsequente.
- 10.4.2. Havendo atraso no pagamento pela Assembleia, o valor devido será corrigido financeiramente, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação *pro rata tempore* do IGPM (FGV).
- 10.5. A Assembleia não acata cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título em bancos ou outras instituições do gênero.
- 10.6. A Assembleia não é obrigada a pagar nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.
- 10.7. Correrão por conta da CONTRATADA o ônus do prazo de compensação e todas as despesas bancárias decorrentes da transferência de crédito, assim como os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes de sua inobservância quanto aos prazos de pagamento.
- 10.8. A Assembleia, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigada pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA GARANTIA

- 11.1. A CONTRATADA prestará garantia, em favor da Assembleia, no valor de R\$......000,00 (..... mil reais), correspondente a 1% (um por cento)



sobre o valor deste contrato referente ao atendimento da Assembleia, no prazo de 30 (trinta) dias contados a partir da data da assinatura do CONTRATO.

11.1.1. Caso não apresentada no prazo indicado, o valor correspondente poderá ser retido, nos mesmos termos do subitem 12.1.2.2., para a constituição da garantia sob a modalidade de caução em dinheiro.

11.1.2. O valor retido para constituição da garantia não afasta a aplicação da penalidade prevista no subitem 12.1, II, “d”, pelo atraso ocorrido até a data de sua integral constituição.

11.1.3. A validade da garantia deve corresponder ao período de vigência deste CONTRATO, acrescido de 90 dias.

11.1.4. A CONTRATADA poderá, a qualquer tempo, solicitar a substituição da garantia contratual por outra modalidade prevista na Lei 8.666/93.

11.2. A garantia deverá ser prestada em uma das seguintes modalidades, à escolha da CONTRATADA:

I – Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública, devendo estes ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda;

a) – A caução deverá ser depositada em nome da Assembleia, conforme dados abaixo:

BANCO: (denominação);

AGÊNCIA: N.....

CONTA CORRENTE: N.

II - seguro-garantia;

III – fiança bancária.

11.2.1. Se a opção da garantia recair em seguro garantia ou fiança bancária, no título apresentado deverá constar expressamente:

I – cobertura da responsabilidade decorrente de aplicação de multas de caráter punitivo;

II – vigência da garantia, observado o prazo previsto no subitem 11.1.3.;

III – cláusula de renúncia do fiador aos benefícios dos arts. 827 e 835 do Código Civil Brasileiro;

IV – o prazo máximo de pagamento da indenização de 30 (trinta) dias.

11.2.1.1. Quando apresentada em seguro-garantia ou fiança bancária, a CONTRATADA poderá apresentar mais de uma apólice para o atendimento integral das obrigações contratadas.

11.2.1.2. Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contiverem cláusulas contrárias aos interesses da Assembleia.

11.2.1.3. A carta de Fiança ou Apólice de Seguro-Garantia deverá ser acompanhada do rol exaustivo da documentação necessária à caracterização do sinistro para fins de indenização.

11.3. A CONTRATADA se obriga a complementar o valor da garantia, em até 72 (setenta e duas) horas contados da data da notificação da Assembleia, nos casos



de uso, total ou parcial, do valor da garantia, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este CONTRATO, incluída a indenização a terceiros.

- 11.4. A garantia deverá ser renovada, na hipótese de prorrogação deste CONTRATO, ou atualizada no caso de alteração do valor contratual, em até 10 (dez) dias úteis contados da assinatura do respectivo Termo Aditivo.
- 11.5. A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 90 (noventa) dias, após o término do prazo de vigência deste CONTRATO, mediante certificação, por seus Gestores, de que os serviços foram realizados a contento e desde que tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.
- 11.5.1. Na restituição de garantia realizada por caução em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação pro rata tempore do IGPM (FGV), verificada entre a data da prestação efetiva e a da devolução.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

12.1. Pela inexecução total ou parcial deste CONTRATO, poderão ser aplicadas à CONTRATADA as seguintes sanções, sem prejuízo da reparação dos danos causados à Assembleia:

I – Advertência por descumprimento de qualquer obrigação contratual.

II – Multa:

- a) Não realização, no prazo definido pela Assembleia, de ação publicitária cuja data ou período de implantação se constitua elemento imprescindível à eficácia da comunicação: 2% (dois por cento) sobre o valor da veiculação e/ou produção não realizada;
- b) Não quitação dos compromissos com fornecedores de serviços especializados e veículos, no prazo estabelecido no subitem 4.1.4.2.3.:
 - i. No período até o 15º dia de inadimplência: 0,00004% (quatro centésimos de milésimo por cento) do valor previsto no subitem 3.1, por dia de atraso;
 - ii. No período entre o 16º. e o 30º. dia de inadimplência: 0,00008% (oito centésimos de milésimo por cento) do valor previsto no subitem 3.1, por dia de atraso;
 - iii. Após o 30º. dia de inadimplência: multas indicadas nos subitens 12.1,II, c, ”i” e “ii” e rescisão contratual.
- c) Atraso na apresentação, reposição, complementação ou atualização da garantia de execução contratual:
 - i. No período até o 10º dia útil de atraso, 1% (um por cento) do valor da garantia devida, por dia de atraso, até o limite de 10 (dez) dias úteis;
 - ii. Após o 10º dia útil de atraso, 50% (cinquenta por cento) do valor da garantia devida e rescisão contratual;



- d) Rescisão unilateral deste CONTRATO por aplicação das hipóteses do subitem 13.1.1. e da Lei 8.666/93, art. 78, inciso I a XI e inciso XVIII: 0,5% (meio por cento) do valor previsto no subitem 3.1.

III – Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Assembleia pelo período não superior a 02 (dois) anos, nos seguintes casos:

- a) Não manutenção de situação regular em relação à Documentação de Habilitação;
- b) Se a CONTRATADA der causa à rescisão unilateral deste CONTRATO, por descumprimento de suas obrigações;
- c) Apresentação de documentos falsos ou falsificados;
- d) Cometimento de falhas ou fraudes na execução deste CONTRATO.

IV – 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 a CONTRATADA ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo previsto no parágrafo 3º, do art. 87, da Lei 8.666/93, que será aplicada nos seguintes casos:

- a) Condenação definitiva por prática dolosa de fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
- b) Prática de atos ilícitos, visando a frustrar os objetivos da contratação;
- c) Demonstração de que não possui idoneidade para contratar com a Administração Pública.

12.1.1. As multas previstas nos subitens 12.1,II são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente.

12.1.1.1. O valor da multa deverá ser recolhido em até dois dias úteis, em qualquer agência do **Banco do Brasil**, tendo como beneficiária a Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso, prazo após o qual, não havendo sua comprovação, poderá ser executado alternativamente:

I – dos créditos decorrentes deste CONTRATO, até o limite dos prejuízos causados à Assembleia;

II – dos créditos existentes em outros contratos, porventura vigentes entre a Assembleia e a CONTRATADA, até o limite dos prejuízos causados;

III – ou da execução da garantia contratual, para ressarcimento da Assembleia dos valores das multas e indenizações a ela devidos.

12.1.1.2. O valor previsto no subitem 3.1. será atualizado nos termos do subitem 3.1.1, para efeito do cálculo da multa.

12.1.2. A suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Assembleia poderá também ser aplicada nos casos previstos nas alíneas do subitem 12.1, IV.



- 12.1.3. A penalidade de advertência e a penalidade de multa poderão ser aplicadas individualmente ou em conjunto com qualquer outra penalidade prevista no item 12.
- 12.1.4. Não serão aplicadas penalidades por ato decorrente de caso fortuito ou força maior, devidamente comprovados.
- 12.2. As penalidades serão aplicadas com observância aos princípios da ampla defesa e do contraditório e contraditório.
- 12.2.1. A notificação de irregularidade será efetuada por ciência no processo, por via postal, com aviso de recebimento, por telegrama, ou por outro meio que assegure a certeza da ciência do interessado.
- 12.2.1.1. Caso não seja possível a entrega da notificação ao contratado, pelos meios descritos no subitem 12.2.1., esta poderá ser feita mediante a publicação na imprensa oficial.
- 12.2.2. A notificação indicará o local onde será concedida vista do respectivo processo, sendo facultado à CONTRATADA transcrevê-lo ou o fotocopiar, total ou parcialmente, vedada sua retirada do âmbito da Assembleia.
- 12.2.3. A CONTRATADA terá 10 (dez) dias úteis, contados do recebimento da notificação, para apresentar defesa perante a autoridade administrativa que emitiu a notificação, mediante peça escrita contendo as razões de defesa acompanhadas, se houver, da respectiva documentação comprobatória.
- 12.2.3.1. O prazo para apresentação de defesa em caso da declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será de 10 (dez) dias.
- 12.2.3.2. A CONTRATADA poderá apresentar recurso contra aplicação de penalidade, mediante instrumento dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, a qual poderá reconsiderar sua decisão, ou fazê-la subir devidamente informada, para decisão pela autoridade superior.
- 12.2.3.3. A procedência da defesa implica o arquivamento do processo, e a sua improcedência, a aplicação da(s) penalidade(s) pertinente(s).
- 12.3. A aplicação das penalidades administrativas não exime a responsabilidade civil e penal da CONTRATADA.

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DA RESCISÃO CONTRATUAL

13.1. Este contrato poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, pelos motivos previstos no art. 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei n. 8.666/93, assim como, se a CONTRATADA:

- I – Utilizar este contrato, em qualquer operação financeira;
- II – for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- III – não mantiver suas condições de habilitação;



- IV – deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;
- V – não prestar garantia nos termos contratualmente previstos;
- VI – for envolvida em escândalo público e notório;
- VII – quebrar o sigilo profissional;
- VIII – utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informação não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais.
- IX – motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes;
- X – atrasar por mais de 60 dias a implantação da estrutura em Cuiabá, a alocação dos profissionais nesta estrutura ou o início da operação de atendimento publicitário.
- XI – não quitarem os compromissos com fornecedores de serviços especializados e veículos, configurando inadimplência superior a 30 dias da obrigação constante do subitem **4.1.4.2.3.**;
- 13.1.1. Exceto quando se tratar de caso fortuito, força maior ou razões de interesse público, a rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, a retenção:
- I – dos créditos decorrentes deste contrato, até o limite dos prejuízos causados à Assembleia;
- II – dos créditos existentes em outros contratos, porventura vigentes entre a Assembleia e a CONTRATADA, até o limite dos prejuízos causados;
- III – ou execução da garantia contratual, para ressarcimento da Assembleia dos valores das multas e indenizações a ela devidos.
- 13.1.2.** Caso a retenção não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista no subitem **13.1.1.**, a CONTRATADA será notificada para, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, recolher o respectivo valor em agência do BANCO DO BRASIL.
- 13.1.3. Em caso de associação da CONTRATADA com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá à Assembleia decidir justificadamente sobre a continuidade deste contrato.
- 13.2. A rescisão, por algum dos motivos previstos no subitem 13.1., não dará à CONTRATADA direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, com a exceção do que estabelece o art. 79, parágrafo 2º, da Lei 8.666/93.
- 13.3. Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do Processo Administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.
- 13.4. A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.
- 13.5. A revogação deste contrato poderá ser aplicada juntamente com as demais penalidades previstas na Cláusula Décima Segunda.

14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DISPOSIÇÕES GERAIS



- 14.1. A CONTRATADA deverá se guiar pelo Código de Ética dos Profissionais da Propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com as normas que regulam essa atividade, inclusive as normas éticas, estabelecidas pelo Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e pela Lei Anticorrupção.
- 14.2. A Assembleia providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos na imprensa oficial, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei 8.666/93.
- 14.3. As alterações contratuais serão promovidas em conformidade com a Lei 8.666/93
- 14.4. Além das disposições contidas neste CONTRATO, também é aplicável a Lei 12.232/2010 e complementarmente as Leis n. 4.680/65 e n. 8.666/93, assim como o Decreto n. 57.690/66.
- 14.5. A omissão ou tolerância da Assembleia em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhe afetará o direito de, a qualquer tempo, exigir o fiel cumprimento do avençado.
- 14.6. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas pela Associação na internet.
- 14.6.1. As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.
- 14.7. A responsabilidade imputada à CONTRATADA por prejuízos relacionados à execução deste contrato não cessa com o fim desta relação contratual.
- 14.8. Quando não mencionado em contrário, os prazos contados neste contrato são contados em dias corridos.
- 14.8.1. Na contagem dos prazos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento.
- 14.8.2. Será transferido para o dia útil subsequente o vencimento do prazo que ocorra em dia em que não haja expediente administrativo da Assembleia.
- 14.9. A juízo da Assembleia, as campanhas publicitárias das propostas vencedoras da licitação que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída, com ou sem modificações na sua vigência.

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DO FORO

15.1. É competente o Foro da Justiça Estadual da comarca de Cuiabá, para dirimir quaisquer dúvidas, porventura oriundas este contrato.

E, por estarem justas e contratadas, assinam as partes o presente CONTRATO, em 02 (duas) vias de igual teor e forma, e para um só efeito de direito, na presença de 02 (duas) testemunhas abaixo assinadas.

Cuiabá, dede 20.....



P/ Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso

P/ Contratada

TESTEMUNHAS:

1).....

Nome:

RG.

2)

Nome:

RG.



ANEXO 06 - BRIEFING

BRIEFING – CAMPANHA HIPOTÉTICA

Concorrência n. xxxxx

Com base nas informações descritas no briefing as licitantes deverão criar e planejar uma campanha hipotética que poderá ou não ser veiculada, a critério da ALMT.

I – Introdução

Em linhas gerais há uma instabilidade acerca da classe política e do seu papel na sociedade. O cidadão, diante de inúmeros exemplos negativos de corrupção acabou por se tornar descrente no papel da política em nossa sociedade.

Este ambiente negativo enfraquece um princípio fundamental para o trabalho da ALMT que é a participação popular. Garantir que o cidadão compreenda e sinta que a Assembleia Legislativa também é sua casa e suas ações e decisões estão alinhadas com a sociedade e seu povo, é fundamental para o exercício da democracia, cidadania e transparência.

Neste contexto, a comunicação da Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso reforça seu caráter institucional, devendo ser informativa, educativa e/ou de prestação de serviços e orientação social.

A comunicação é ferramenta fundamental para expandir e valorizar a informação como bem público ao qual todo cidadão tem direito, prestando contas das atividades parlamentares sempre observando os quesitos constitucionais da economicidade, impessoalidade, eficiência e racionalidade da aplicação criteriosa dos recursos e na avaliação permanente dos resultados. Estes devem ser os elementos balizadores da estrutura de comunicação social do Poder Legislativo colocada à serviço do cidadão.

As ações de comunicação social da ALMT devem sempre buscar a valorização do trabalho do Parlamento como instituição e dos Parlamentares como seus legítimos representantes, acentuando o efeito sobre o dia-a-dia da sociedade, por meio das decisões emanadas por esta casa e que também representam os anseios do povo.

Entretanto, como se constata por pesquisa contratada pela ALMT, há um baixo entendimento da população a respeito das atividades legislativas e de suas finalidades. Segundo o levantamento, 64,84% dos entrevistados não compreende o que é e qual o papel do Poder Legislativo. E mais, 69,71% não sabem qual a função de um deputado estadual.

Temos aí o grande desafio de estreitar caminhos, desconstruir ruídos de comunicação e disponibilizar a todos os cidadãos, em diversas formas, canais que estimulem a participação popular plena, fortalecendo o vínculo entre representantes e população.

II – A Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso



ESTRUTURA

Atualmente, são 24 (vinte e quatro) deputados estaduais que compõem a Assembleia Legislativa no Mato Grosso.

No Plenário, os deputados apresentam, discutem e votam as matérias de interesse do Estado e de sua população. As comissões, além de estudar e discutir assuntos específicos que podem se transformar em matéria legislativa, exercem o papel fiscalizador do Legislativo.

Os deputados interagem com a população também em visitas às cidades, além de participarem de eventos institucionais realizados pela Assembleia para promover a participação da população no processo legislativo, trazendo para a Assembleia as diversas correntes de opinião existentes na sociedade.

Nessa interação, os deputados recebem informações que subsidiam a atividade parlamentar e os cidadãos passam a conhecer o trabalho de seus representantes, voltado para o desenvolvimento social e econômico de sua região.

Para que uma lei seja criada, por exemplo, sua proposição percorre um longo caminho, pelo qual os deputados vão estudar o assunto, conhecer os problemas e as dificuldades envolvidas, ouvir os cidadãos que serão afetados pela lei assim como especialistas sobre a matéria trabalhada, de forma a obter a melhor solução possível para os problemas tratados por essa nova disposição legal.

A mesa diretora é composta pela Presidência, Primeira Vice-Presidência, Segunda Vice-Presidência além da Primeira à Quarta Secretarias. A estrutura ainda conta com o Fundo de Assistência Parlamentar, Consultoria Técnico-Jurídica da Mesa Diretora e Ouvidoria Geral. A Secretaria Geral conta com células de atuação que compreendem superintendências, coordenadorias, gerências técnicas e secretarias.

DO PAPEL DA ALMT

Para evidenciar o papel da Assembleia apresentamos abaixo, na íntegra, os artigos 25 e 26 da Constituição Estadual, que tratam das Atribuições da Assembleia Legislativa, e que são pouco conhecidos pelo grande público em geral:

Art. 25

Cabe à Assembleia Legislativa, com a sanção do Governador do Estado, não exigida esta para o especificado no Art. 28, dispor sobre todas as matérias de competência do Estado, especialmente:

I - sistema tributário, arrecadação e distribuição de rendas estaduais, anistia ou remissão envolvendo matéria tributária;

II - plano plurianual, diretrizes orçamentárias, orçamento anual, operações de crédito, dívida pública;

III - planos e programas estaduais, regionais e setoriais de desenvolvimento;

IV - criação, incorporação, fusão, subdivisão ou desmembramento de Municípios, observado o disposto no Art. 18, § 4º, da Constituição Federal;



- V - limites do território de cada unidade municipal e bens de domínio do Estado;
- VI - transferência temporária da sede do Governo Estadual;
- VII - organização administrativa e judiciária do Poder Judiciário, Ministério Público, da Procuradoria Geral do Estado, da Defensoria Pública, do Tribunal de Contas, da Polícia Judiciária Civil, da Polícia Militar e do Corpo de Bombeiros Militar; (Nova redação dada ao inciso pela EC 09, de 1994.)
- VIII - criação, transformação e extinção de cargos, empregos e funções públicas, na Administração Pública direta e indireta, bem como fixação dos respectivos vencimentos e remuneração, observados os critérios estabelecidos na Constituição Federal e nesta Constituição;
- IX - criação, estruturação e atribuições das Secretarias de Estado e órgãos da Administração Pública;
- X - matéria financeira, podendo:
- a) autorizar, previamente, o Governador a estabelecer concessão para exploração de serviço público, bem como fixação e reajuste de tarifas e preços respectivos;
 - b) autorizar a alienação, cessão e arrendamento de bens imóveis do Estado e o recebimento de doações com encargos gravosos, inclusive a simples destinação específica do bem;
 - c) autorizar a criação de fundos, autarquias, empresas públicas, sociedades de economia mista e fundações instituídas pelo Poder Público ou mantidas pelo Estado;
- XI - aprovar, previamente, mudanças na composição da remuneração dos servidores públicos, integrada de vencimento-base, representação e adicional por tempo de serviço.

Art. 26

É da competência exclusiva da Assembleia Legislativa:

- I - eleger a Mesa Diretora e constituir suas Comissões;
- II - receber o compromisso e dar posse ao Governador e ao Vice-Governador do Estado, conhecer-lhes da renúncia e apreciar seus pedidos de licença;
- III - autorizar o Governador e ao[*sic*] Vice-Governador a se ausentarem do Estado, quando a ausência exceder a quinze dias, e do país por qualquer tempo;
- IV - estabelecer e mudar, temporariamente, sua sede, o local de suas reuniões, bem como da reunião de suas Comissões Permanentes;
- V - apreciar o decreto de intervenção em Municípios;
- VI - sustar os atos normativos do Poder Executivo que exorbitem do poder regulamentar ou dos limites da delegação legislativa;
- VII - julgar, anualmente, as contas do Governador e apreciar os relatórios sobre a execução dos planos de governo, procedendo à tomada de contas, quando não apresentadas dentro de sessenta dias, contados da abertura da Sessão Legislativa;

66



VIII - fiscalizar e controlar, diretamente, através de quaisquer de seus membros ou Comissões, os atos do Poder Executivo, incluídos os da Administração indireta;

IX - zelar pela preservação de sua competência legislativa em face da atribuição normativa dos outros Poderes;

X - fixar remuneração para os Deputados Estaduais, em cada legislatura, para a subsequente, observado o que dispõem os artigos 150, II, 153, III e 153, § 2º, I da Constituição Federal;

XI - autorizar, por dois terços de seus membros, a instauração de processo contra o Governador, o Vice Governador e os Secretários de Estado;

XII - autorizar referendo e convocar plebiscito;

XIII - elaborar e votar seu Regimento Interno;

XIV - dispor sobre sua organização, funcionamento, poder de polícia, criação, transformação ou extinção dos cargos, empregos e funções de seus serviços e fixação da respectiva remuneração, observados os parâmetros estabelecidos na Constituição Federal e nesta Constituição;

XV - elaborar sua proposta de orçamento, dentro dos limites da lei de diretrizes orçamentárias;

XVI - processar e julgar o Governador do Estado e o Vice-Governador nos crimes de responsabilidade e os Secretários de Estado nos crimes da mesma natureza conexos com aqueles;

XVII - processar e julgar o Procurador-Geral de Justiça, o Procurador-Geral do Estado e o Procurador-Geral da Defensoria Pública nos crimes de responsabilidade;

XVIII - escolher, mediante voto secreto e após arguição pública, dois terços dos membros do Tribunal de Contas do Estado;

XIX - aprovar, previamente, por voto secreto, após arguição pública, a escolha de:

a) Conselheiros[sic] do Tribunal de Contas do Estado;

b) (Inconstitucionalidade da alínea – ADIN nº 184-1, julgada em 25/06/93.)

c) (Inconstitucionalidade da alínea – ADIN nº 452, julgada em 28/08/2002.)

d) Interventor[sic] em Município;

e) Titulares[sic] de outros cargos que a lei determinar;

XX - ressalvado o disposto no Art. 52, V, da Constituição Federal, autorizar operações internas e externas de natureza financeira de interesse do Estado, exceto no caso de operação interna para atender à calamidade pública, quando esse ato será praticado “ad referendum” da Assembleia Legislativa;

XXI - suspender a execução, total ou parcial, de lei ou ato normativo estadual, declarado inconstitucional por decisão definitiva do Tribunal de Justiça;

XXII - autorizar, previamente, por iniciativa do Governador, a destituição do Procurador-Geral de Justiça e do Procurador-Geral da Defensoria Pública; (A expressão



“do Procurador-Geral do Estado” foi declarada inconstitucional pela ADIN 291/90 DJE nº67 em 15/04/2010.)

XXIII - destituir, por deliberação da maioria absoluta dos Deputados, na forma da lei estadual complementar, o Procurador-Geral de Justiça e o Procurador-Geral da Defensoria Pública;(A expressão “do Procurador-Geral do Estado” foi declarada inconstitucional pela ADIN 291/90 DJE nº67 em 15/04/2010.)

XXIV - apreciar os relatórios trimestral e anual do Tribunal de Contas do Estado;

XXV - requerer intervenção federal, se necessário, para assegurar o livre exercício de suas funções;

XXVI - ordenar a sustação de contrato impugnado pelo Tribunal de Contas;

XXVII - apreciar convênios, acordos ou contratos celebrados pelo Poder Executivo com os Governos Federal, Estaduais ou Municipais, entidades de direito público ou privado, ou particulares, de que resultem para o Estado quaisquer encargos;

XXVIII - emendar a Constituição Estadual, promulgar leis nos casos previstos nesta Constituição, expedir decretos legislativos e resoluções;

XXIX - apreciar vetos do Governador do Estado;

XXX - solicitar ao Governador do Estado informações sobre assunto relacionado com matéria legislativa em tramitação ou sujeita a sua fiscalização;

XXXI - estabelecer, para o início de cada exercício financeiro, a remuneração do Governador do Vice Governador e dos Secretários de Estado. A expressão “que servirá de limite máximo para a remuneração dos cargos do Poder Judiciário nos termos da Constituição Federal e desta Constituição” foi suspensa pela liminar ADIN 509/91 DJ 19/02/93.

Parágrafo único- Nos casos previstos nos inciso XVI e XVII, funcionará como Presidente o do Tribunal de Justiça, limitando-se a condenação, que somente será proferida por dois terços dos votos da Assembleia Legislativa, à perda do cargo, com inabilitação, por oito anos, para o exercício da função pública, sem prejuízo das demais sanções cabíveis.

COMISSÕES

Para tratar de assuntos tão variados e complexos, exige-se um trabalho especializado e dedicado dos deputados, que é feito nas comissões.

Existem comissões permanentes e temporárias na Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso.

Essas comissões são assessoradas pelas Consultorias Legislativas que coordenam os núcleos, compostos da seguinte forma:

1- Núcleo Comissão de Constituição, Justiça e Redação: Comissão de Constituição, Justiça e Redação – Permanente.

2 - Núcleo Econômico: Comissão de Defesa do Consumidor e do Contribuinte – Permanente, Comissão de Trabalho, Administração e Serviço Público (ctap) –



Permanente, Fiscalização e Acompanhamento da Execução Orçamentária – Permanente.

3 - Núcleo Social: Comissão de Direitos Humanos, Cidadania e Amparo à Criança, Adolescente e Idoso – Permanente, Comissão de Educação, Ciência, Tecnologia, Cultura e Desporto – Permanente, Comissão de Saúde, Previdência e Assistência Social – Permanente, Comissão de Segurança Pública e Comunitária – Permanente.

4 - Núcleo Ambiental de Desenvolvimento Econômico: Comissão de Agropecuária, Desenvolvimento Florestal e Agrário e Regularização Fundiária – Permanente, Comissão de Indústria, Comércio e Turismo – Permanente, Comissão de Infraestrutura Urbana e de Transportes – Permanente, Comissão de Meio Ambiente, Recursos Hídricos e Recursos Minerais – Permanente, Comissão de Revisão Territorial, dos Municípios e das Cidades – Permanente.

5- Núcleo das Comissões Temporárias: Comissões Especiais, Comissões Parlamentares de Inquérito.

Além das 13 comissões permanentes citadas, a Resolução n. 679, de 30 de novembro de 2006, prevê outra comissão permanente: a Comissão de Ética Parlamentar.

As comissões temporárias são criadas para discutir temas específicos, nas quais se enquadram as Comissões Parlamentares de Inquérito (CPIs) e as Comissões Especiais.

CÂMARA SETORIAL

É a integração entre agentes públicos representantes dos Poderes Executivos, Legislativos, Judiciários, sociedade civil e Ong's, com o objetivo de diagnosticar, estudar e debater temas de relevante interesse para o Estado e discutir matérias em tramitação, visando o seu aperfeiçoamento na legitimação do Processo Legislativo com a participação popular.

À Câmara Setorial Temática caberá:

- I. discutir o tema que motivou a sua composição;
- II. realizar reuniões públicas com entidades da sociedade civil;
- III. solicitar informações de entidades públicas ou privadas, que entender necessárias para subsidiar os seus trabalhos;
- IV. solicitar cooperação técnica de qualquer autoridade, cidadão e entidades públicas ou privadas.

Atualmente são 14 Câmaras Setoriais em andamento, para discussão de diversos assuntos importantes para o desenvolvimento do Estado.

III – ESTRUTURA DE COMUNICAÇÃO DA ASSEMBLEIA



Nosso trabalho é para garantir que a informação com caráter institucional de prestação de contas e social com a criação de um diálogo transparente e aberto com a população aconteça.

São diversos canais de comunicação, compreendendo veículos eletrônicos, impressos, espaços culturais e virtuais, que se dedicam a levar informação, propor debates, divulgar a cultura e a memória política do Estado, estimulando a participação cidadã nos mais relevantes temas para o Estado.

Atualmente a ALMT conta com:

- contas em redes sociais: Facebook, Twitter, Instagram, Whats App e Youtube;
- portal oficial www.al.mt.gov.br
- Ouvidoria Geral pelo 0800 647 9595 ou via e-mail: ouvidoria@al.mt.gov.br
- Rádio Assembleia: A Rádio Assembleia pode ser ouvida na baixada cuiabana pela frequência 89,5 FM e pela internet no endereço: <http://radio.al.mt.gov.br>
- Portal da Transparência: a Assembleia Legislativa oferece o SIC – Serviço de Informação ao Cidadão. Um portal onde o cidadão terá, em uma única plataforma, acesso a diversas informações sobre o Parlamento mato-grossense, como sua estrutura organizacional, seu planejamento estratégico, suas competências, ações, programas, receitas e despesas.
- TV Assembleia Mato Grosso: que pode ser assistida ao vivo pela internet.
- Assembleia Itinerante: programa criado para levar às cidades mato-grossenses uma comitiva para oferecer serviços essenciais à população; debater sobre às demandas da região; palestras e sessão especial (Resolução 4.297/2015).

Além disso são produzidos informativos periódicos e temáticos de acordo com a demanda e o cidadão também pode ter acesso ao Diário Oficial Eletrônico, disponibilizado no portal da internet da ALMT.

IV – BREVE RELATO DAS ATIVIDADES DA ALMT 2017 E 2018

A Assembleia Mato-grossense atuou, em períodos marcados por reivindicações populares, em sintonia com a voz dos cidadãos, procurando atender suas demandas e incentivando a participação da sociedade na vida política do Estado.

Diversas campanhas publicitárias destacaram a importância do acompanhamento dos trabalhos parlamentares, estimulando o cidadão a conhecer e fiscalizar a ação dos seus representantes.

Uma das iniciativas que facilitaram a participação popular foi a ferramenta Propostas, disponível no site da AL (www.al.mt.gov.br/propostas). Através dela, qualquer cidadão pode apresentar suas propostas que são analisadas e podem se tornar projetos de lei. Ao acessar a página, o cidadão preenche um formulário com dados pessoais e deixa a sua sugestão.



Em 2017, a primeira destas propostas populares que gerou um projeto de lei, foi aprovada em plenário e sancionada, se tornando a lei nº 10.627, que cria o Calendário de Produção da Agricultura Familiar. A sugestão foi encaminhada por um engenheiro agrônomo e empresário.

Outra medida importante para facilitar o acompanhamento dos trabalhos do Parlamento é a divulgação, no site AL, das informações sobre os projetos a serem votados a cada dia, seu teor e andamento da tramitação. Para saber quais projetos serão levados ao plenário em uma sessão ordinária, é disponibilizada na página web a Ordem do Dia, que é a pauta dos projetos que serão discutidos e poderão ser votados na ocasião.

O caminho para essas informações tem início na aba “Parlamento” - linha azul (na parte de cima da página). O usuário deve escolher “ordem do dia”, no menu para ter acesso ao documento que é divulgado horas antes da sessão começar.

Já a relação de todas as proposições que foram votadas fica disponível também na aba “Parlamento”, na opção “Documentos Parlamentares”. Aí é só escolher no rol de “Tipos de Documentos”, a opção "PVSP/ Proposições Votadas - Sessão Plenária". A lista informa o autor, o número e a ementa de cada propositura, bem como em qual estágio de apreciação cada uma se encontra.

No ano passado foi disponibilizada outra ferramenta de participação social. Trata-se de uma nova funcionalidade do site do Parlamento estadual, que permite ao cidadão interagir, opinando de forma favorável ou desfavorável sobre as propostas em tramitação na Casa. O programa gera um relatório que é processado mensalmente e usado para aperfeiçoamento tanto da instituição quanto para a atuação dos parlamentares.

Nos últimos dois anos a Assembleia também intensificou a realização das audiências públicas na capital e interior, que discutem os temas de maior alcance junto à comunidade. Nas audiências é possível a participação direta dos cidadãos ou de representantes de entidades representativas da população, que tem vez e voz.

Também foram criadas novas Câmaras Setoriais Temáticas, instâncias democráticas que asseguram a participação popular e aperfeiçoam o processo legislativo. Trata-se de um grupo de trabalho temporário que auxilia os parlamentares na formatação de políticas públicas. É a integração entre agentes públicos e privados para diagnosticar, estudar e debater temas de relevante interesse para o Estado e discutir matérias em tramitação, visando o seu aperfeiçoamento. Para compor essas câmaras, a ALMT convida representantes dos Poderes Executivo, Legislativo, Judiciário, da sociedade civil, Ong's, instituições privadas e profissionais de notório saber, para dar suas contribuições. O tempo estabelecido para a conclusão dos trabalhos é de 180 dias, mas dependendo da complexidade do assunto, o prazo pode ser prorrogado por igual período.

Plenário



A produção de leis de qualidade é um dos papéis centrais do Poder Legislativo. Dando mais consistência ao seu esforço de aprimorar a legislação estadual, a Assembleia firmou o compromisso de qualificar o entendimento de demandas e aspirações da sociedade, ampliando os mecanismos de divulgação das leis, a fim de facilitar o acesso dos cidadão à legislação.

Entre a produção legislativa desse período, destacam-se as normas:

EMENDA CONSTITUCIONAL DO TETO DE GASTOS No 81, DE 2017 - DOEAL/MT 23.11.17 E DO 23.11.17.

Altera o Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, para instituir o Regime de Recuperação Fiscal - RRF, e dá outras providências.

LEI No 10.709, DE 28 DE JUNHO DE 2018 - D.O. 28.06.18

Institui o Fundo Estadual de Equilíbrio Fiscal de Mato Grosso – FEEF/MT e dá outras providências.

LEICOMPLEMENTAR No 605, DE 29 DE AGOSTO DE 2018 - D.O. 29.08.18.

Institui no âmbito do Estado de Mato Grosso o Estatuto da Microempresa, da Empresa de Pequeno Porte e do Microempreendedor Individual e dá outras providências.

LEI COMPLEMENTAR No 609, DE 28 DE DEZEMBRO DE 2018 - DO 28.12.18.

Institui o Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado da Região Metropolitana do Vale do Rio Cuiabá - PDDI/ RMVRC, e dá outras providências.

V – DO PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO A SER RESOLVIDO

O Poder Legislativo exerce três funções primordiais, de acordo com a Constituição Brasileira: legislar, fiscalizar a administração pública e representar a população.

As funções legislativas consistem na elaboração de lei sobre todos os assuntos constitucionalmente definidos como de sua competência, transformando em legislação as demandas da sociedade. As funções fiscalizadoras tratam da fiscalização e controle permanentes dos atos da administração pública, especialmente quanto a aplicação dos recursos públicos e a eficiência na prestação dos serviços.

O Legislativo exerce ainda a função de representação social, pelo qual sugere ao Poder Executivo medidas de interesse da administração pública. Ao Parlamento cabe, ainda, dentro da função fiscalizadora, instalar comissões de inquérito para investigar irregularidades porventura ocorridas e comissões especiais para discutir temas específicos de interesse da sociedade, além de votar e aprovar o Orçamento Estadual, o Plano Plurianual do Governo, a Lei de Diretrizes Orçamentárias e os nomes indicados para compor o Tribunal de Contas do Estado, bem como de outras funções previstas.

Além das funções definidas constitucionalmente, a ALMT tem exercido nos últimos anos um papel destacado na intermediação junto ao Governo para o atendimento das



necessidades da sociedade em importantes áreas como Educação, Saúde, Segurança e Infraestrutura. Igualmente, tem sido chamada a mediar eventuais conflitos, quando interesses de determinados setores se contrapõem as decisões governamentais. De outra parte, o parlamento mato-grossense tem investido em atividades de extensão, buscando aproximar os cidadãos da instituição, com a promoção de eventos para discussões e aprofundamento de temas relevantes para o Estado.

A meta é alcançar a visão de futuro projetada para a ALMT ser reconhecida como o poder do cidadão na construção de uma sociedade melhor. A Assembleia deve ser reconhecida e utilizada como a casa do povo.

Os objetivos desejados são os de ampliar e aprimorar a participação da sociedade nas atividades do Legislativo; fiscalizar os órgãos e entidades da Administração Pública e avaliar as políticas públicas com foco em resultados; consolidar-se como ponto de convergência do poder público e da sociedade na discussão das estratégias e políticas públicas para o desenvolvimento do Estado; direcionar a comunicação para a compreensão e a valorização das atividades do Poder Legislativo; inovar mediante a incorporação de melhores práticas e novas tecnologias de informação e comunicação.

Em síntese o objetivo é garantir que o cidadão, pelos canais disponíveis de comunicação e os que vierem a ser criados, tenha acesso à informação, sinta-se parte do processo de construção de uma sociedade melhor. Neste contexto, a transparência, eficiência e facilidade no acesso à informação são fundamentais para o incremento da participação popular que fortalece a instituição e abre as portas para um caminho mais eficiente na condução do futuro de nosso Estado.

VI - A CAMPANHA

Espera-se das agências de publicidade licitantes no presente certame que desenvolvam e apresentem uma campanha de caráter institucional.

DE FORMA PRIORITÁRIA: apresentar de forma eficiente e criativa, os canais de comunicação disponíveis com a população. Que esta sistemática além de apresentar e comunicar tais canais, proporcione o incremento do interesse em conhecer o funcionamento da casa e suas discussões, garantindo maior participação popular.

DE FORMA SECUNDÁRIA, fortalecer e informar o papel desta casa, tão incompreendido pela grande maioria da população. Neste contexto, a campanha hipotética deve fortalecer a imagem da ALMT, com conceitos como transparência, eficiência, dinamismo, para reduzir a grande rejeição e pré-conceito estabelecido sobre o fundamental papel da política na construção de uma sociedade mais justa para todos.

Quando citamos o papel da ALMT, destacamos tanto suas funções constitucionais como em relação aos outros papéis que vem assumindo nos últimos anos e de que forma essa atuação pode impactar efetivamente na vida dos mato-grossenses.



Assim, a campanha deve buscar conscientizar a sociedade mato-grossense sobre a importância do poder legislativo e contribuir para seu fortalecimento, despertar o interesse da população pelos temas da política, em especial sobre o trabalho do Legislativo, considerados de difícil compreensão; incentivar a participação do cidadão como exercício de cidadania; valorizar o parlamentar como protagonista nas decisões mais importantes para a sociedade mato-grossense.

A proposta da campanha ficcional, a ser apresentada pelas licitantes, deverá procurar demonstrar:

- visão, estratégica e concepção que viabilize um processo de comunicação permanente e de metas claras para a instituição;
- Visão moderna das relações e do papel da Assembleia com os diversos segmentos da sociedade;
- Ser exequível, compatível com os recursos previstos e racional na proposta de gastos, considerando não só a comunicação com a Capital, mas também com as diversas regiões do Estado;
- Ser inovadora na proposição de conceitos e enfoques adequados às expectativas dos diversos segmentos de público;
- Segmentação de públicos com consistência e visão abrangente dos relacionamentos da Assembleia em suas diversas dimensões.

Público-Alvo - conjunto da população do Estado de Mato Grosso

O público alvo da campanha deverá ser a população do Estado, sociedade civil - homens e mulheres, entre 16 e 80 anos, além de formadores de opinião.

Verba referencial

Para o planejamento da campanha hipotética com ações on-line, off-line e comunicação direta, deverá ser considerada verba referencial de R\$1,8 milhões, incluindo produção, mídia e não mídia. A Mídia deve ser desenvolvida com base nas tabelas cheias (sem desconto) dos veículos de comunicação, vigentes na data da publicação deste edital.

Devem ser desprezadas todas as remunerações das agências de publicidade, inclusive o desconto de agência e os custos internos.

As mídias, cujos veículos não possuam tabela pública de mídia, não deverão ser utilizadas para o desenvolvimento da campanha publicitária ficcional.

DO PRAZO DA CAMPANHA

O planejamento deverá contemplar ações para um período de 30 (trinta) dias de campanha.

OUTRAS QUESTÕES:

Deverá ser utilizada a marca oficial da ALMT que poderá ser encontrada site <http://www.al.mt.gov.br/>.



Todos os meios próprios de comunicação citados neste briefing podem ser utilizados na estratégia de comunicação das licitantes.

Mais informações sobre a ALMT pode ser encontradas no portal oficial da casa.



ANEXO 7 - TERMO DE REFERÊNCIA

TERMO DE REFERÊNCIA N.º 01/2019-SCS.

INFORMAÇÕES PRIMÁRIAS SOBRE A CONTRATAÇÃO

A **ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MATO GROSSO**, através de sua **SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO**, realizará licitação da modalidade **CONCORRÊNCIA** do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, objetivando a contratação de 05 (cinco) empresas especializadas (Agência de Propaganda) para a prestação de serviço de Publicidade, de acordo com as Leis nº 12.232/2010, nº 4.680/1965 e nº 8.666/1993, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo: o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, sem divisão por lotes, itens, contas publicitárias ou segmento.

I - Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) À produção e à execução técnica das peças e projetos criados;
- b) Ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias, sobre os resultados das campanhas realizadas e das campanhas em desenvolvimento, relacionados à publicidade institucional, inclusive de utilidade pública, do (entidade).
- c) À criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.

II - As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem I, “b” terão a finalidade de:

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



1 - JUSTIFICATIVA:

1.1. Tendo como referência a permissibilidade constitucional para a divulgação de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos (art. 37, § 1º da Constituição Federal), sobretudo porque essa publicidade tem o objetivo de:

- a) disseminar informações sobre assuntos de interesse dos mais diversos segmentos sociais;
- b) estimular a sociedade a participar do debate e da definição de políticas públicas essenciais para o desenvolvimento do Estado;
- c) realizar ampla difusão dos direitos do cidadão e dos serviços colocados à sua disposição;
- d) explicar os projetos e as políticas de governo propostos pelo poder legislativo nas principais áreas de interesse da sociedade;
- e) atender às necessidades de informação de clientes e usuários das entidades da administração pública.

1.2. A contratação do serviço, inclusive através agência de publicidade torna-se conveniente, tendo em vista que está estritamente ligada ao interesse público o conhecimento sobre as ações, atos, programas, obras, serviços e campanhas da Assembleia Legislativa, fazendo com que tais divulgações sejam realizadas em tempo hábil e com qualidade técnica.

1.3. Acresça-se, por fim, que a empresa a ser contratada deverá ter experiência no mercado, demonstrando, ainda, a capacidade técnica para executar o serviço e poderão, em conjunto, atender os interesses da Assembleia Legislativa quanto à qualidade da comunicação a ser desenvolvida pelos diversos departamentos de cada agência de publicidade, bem assim com a celeridade necessária na divulgação das ações da Assembleia.

1.4. DISPOSIÇÕES

1.4.1. O presente termo de referência tem por finalidade estabelecer o conjunto de requisitos necessários para licitação com vistas à contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, na modalidade concorrência do tipo **TÉCNICA E PREÇO**.



1.4.2. As informações constantes neste documento formalizam o escopo da licitação para obtenção de propostas para a contratação dos serviços descritos neste instrumento.

2 - OBJETO

2.1. O objeto da presente concorrência é a prestação de serviços de publicidade, conforme art. 2º da Lei 12.232/10, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade da Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso, através da Secretaria de Comunicação.

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

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

2.1.1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea ‘a’ do subitem 2.1.1 terão a finalidade específica de:

- a) gerar conhecimento sobre o entendimento que a população tem sobre a Assembleia Legislativa, sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas.
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

2.1.1.2. É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações previstas na alínea “a” do subitem 2.1.1 de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

2.1.3 Os serviços abrangem as ações de marketing e publicidade institucional, bem como serviço de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse da Assembleia Legislativa.



2.2 Para a prestação dos serviços supracitados serão contratadas até 05 (cinco) agências de publicidade e propaganda, conforme faculta o § 3º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, doravante denominadas simplesmente como agência, licitante ou contratada, que prestará seus serviços à Assembleia Legislativa.

2.2.1 Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agência de propaganda (Agência) cuja atividade seja disciplinada pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

2.2.2 A agência atuará por ordem e conta da Assembleia Legislativa, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

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

2.2.4 A agência atuará de acordo com a solicitação da Assembleia Legislativa, através da Secretaria de Comunicação, que emitirá a ordem de serviço, conforme necessidade da Assembleia Legislativa.

2.2.5 A Secretaria de Comunicação será responsável pela aprovação dos serviços solicitados antes da execução final, determinando assim a produção e a sua veiculação.

2.3 - O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será propriedade da Assembleia, sendo, portanto, proibida a sua divulgação por qualquer meio ou sua reprodução total ou parcial sem expressa autorização, ficando o contratado sujeito às penalidades aplicáveis.

2.4 **Público/Clientela Alvo:** Cidadãos do Estado de Mato Grosso.

3. VALOR ESTIMADO

3.1. O valor estimado para a contratação pretendida é de R\$ 33.000.000,00 (trinta e três milhões de reais), para o prazo de vigência de 12 (doze) meses, prorrogáveis por iguais e sucessivos períodos, nos termos da Lei nº 8.666/93. A adoção deste valor tem por base a previsão de gastos com publicidade projetada para o período e que representa a necessidade da verba para a realização do objeto do edital e do contrato administrativo.



4. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

4.1. As despesas correrão por conta da dotação orçamentária:

Unidade Orçamentário : 31 Legislativa

Projeto Atividade : 2014 - Publicidade Institucional e Propaganda

Elemento de despesa : 3.33.90.39.00.00 – Outros Serviços de Terceiros –Pessoa Jurídica.

Subelemento : 88 – Serviços de Publicidade e Propaganda

Fonte: 0100 –Recusos do Tesouro – Ordinários

Valor Estimado : R\$ 33.000.000,00 (Trinta e três milhões de reais)

5. PRAZO DE VIGÊNCIA DO CONTRATO

5.1. O contrato terá prazo de vigência de 12 (doze) meses, contado da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, na forma do art. 57, inciso II e parágrafo 4º. da Lei Federal nº. 8.666/93 e alterações subsequentes.

6. PRAZO PARA ASSINATURA DO CONTRATO

6.1. O Contrato deverá ser assinado pela licitante declarada vencedora do certame no prazo de até 10 (dez) dias úteis, contados da data da convocação da Secretaria de Comunicação da Assembleia Legislativa, sob pena de decair do direito à contratação, sem prejuízo das penalidades previstas no art. 81 da Lei nº. 8.666/93 e alterações subsequentes.

7. GARANTIA CONTRATUAL

7.1. A CONTRATADA, para execução dos serviços objeto desta licitação, prestará no ato da assinatura do contrato, em favor da CONTRATANTE, garantia fixada no percentual de 1% (um por cento) do valor do contrato, nos termos do artigo 56 da Lei nº 8.666/93, podendo a CONTRATADA optar por uma das modalidades de garantia previstas no diploma legal citado.

8. VALIDADE DA PROPOSTA

8.1. O prazo de validade da proposta deverá ser de no mínimo, 90 (noventa) dias consecutivos contados da data da sessão pública estipulada para entrega dos envelopes à Comissão de Licitação.

9. PRAZO E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO



9.1. A Assembleia efetuará o pagamento em até 30 (trinta) dias após atesto do gestor do contrato

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

- a) valor de CUSTOS INTERNOS, baseado na tabela de preços do SINAPRO/MT - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso, já abatido o percentual de desconto sobre os valores da referida tabela, conforme ofertado em sua proposta de preços
- b) honorários sobre os custos externos (i) de produção e da execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) do planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) da criação e do desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, conforme ofertado em sua proposta de preços.

9.3. O faturamento dos serviços de produção externa e veiculação deverá ser feito pelos prestadores desses serviços em nome da Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso, aos cuidados da CONTRATADA, através da qual os pagamentos serão efetuados.

9.4. Os honorários de que tratam os subitens 9.2, “b”, serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

9.5. Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por elas contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.

9.6. A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato.

9.7. O desconto-padrão de agência é concedido à CONTRATADA pelos Veículos de Divulgação, decorrente da concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta do CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.



9.8. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o cachê original a ser pago pelo CONTRATANTE a atores, modelos e locutores, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, bem como pelo uso de obras consagradas incorporadas às peças publicitárias, deverá ser negociado pela CONTRATADA, procurando obter as melhores condições e preços possíveis, limitados a 100% do valor original corrigido monetariamente segundo a variação do IGPM/FGV.

10 - JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

10.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de **TÉCNICA E PREÇO**, nos termos do art. 5º da Lei 12.232/2010 e dos arts. 45, parágrafo 1º, III e 46, parágrafo 2º, incisos I e II da Lei 8.666/93, sendo que é estabelecido o peso **70** para a Proposta Técnica e peso **30** para a Proposta de Preço.

O julgamento das Propostas Técnicas será realizada pela Subcomissão Técnica, prevista no item 16, que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela licitante:

11 - ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

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

QUESITOS:

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no briefing e nas orientações contidas neste termo de



referência e no Edital e seus anexos, observadas especialmente as seguintes previsões:

I – formatação realizada conforme tem FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA;

II – elaboração em 02 (duas) vias, quais sejam:

- c) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;
 - iii. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite, por si só, a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro n. 2.
- d) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.
 - iv. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e ou material da Idéia Criativa a que se refere o subitem 11.5.2. – e conter a identificação da licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

SUBQUESTOS:

11.3. Raciocínio Básico é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Assembleia, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.

11.4. Estratégia de Comunicação Publicitária é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expressos no briefing, compreendendo:

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

II. explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.



11.5. Ideia Criativa é um subquesto por meio do qual a licitante apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.

11.5.1 Todas as peças e ou material que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação na qual, a critério da licitante, poderão ser inseridos comentários circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que deles se pode esperar.

11.5.2 A relação deverá indicar as peças e ou material que foram corporificados nos termos do subitem 11.5.3.

11.5.3 Da relação de peças e ou material, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes orientações:

I. Serem apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, leiaute e ou storyboard impressos, para qualquer meio;
- b) protótipo ou “monstro” para peças destinadas a rádio e internet;
- c) storyboard animado ou animatic, para TV e cinema.

II. Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, observadas as seguintes regras:

- g) Cada redução e ou variação de formato será considerada como uma peça;
- h) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- i) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;
- j) Um hot site e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
- k) Um filme e o hot site em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- l) Um banner e o hot site para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

11.6. Só serão aceitos exemplos de peças e ou material não finalizados.

11.7. Para a produção dos exemplos de peças ou material não serão aceitas capturas de vídeo.

11.8. Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução.

11.9. Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”)



formatada conforme previsão do subitem 11.18, VIII, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem 11.5.1.

11.10. Os storyboards animados, animatics, protótipos e monstros deverão ser apresentados em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

I. storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov. Wmv, mpeg, vob;

II. protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;

III. protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

11.11. Os exemplos de peças e ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro n. 1, observado que:

11.11.1. Para preservar, até a abertura do invólucro n. 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o invólucro n. 1 não poderá:

III. Apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite a identificação da licitante antes da abertura do invólucro n. 2

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

11.12. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro n. 1 poderão ser dobradas.

11.13. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido – desde que não prejudique sua leitura- sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou passe-partout.

11.14. Estratégia de Mídia e Não Mídia é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e ou planilhas nos quais deverá ser apresentada:

I. justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante e em função da verba referencial indicada no briefing

II. simulação do plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material constantes da relação prevista no subitem 11.5.1.

11.15. Da simulação do plano de distribuição deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

I – período de distribuição das peças e ou material;

II – quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

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



- IV – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- V – quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- VI – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;

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

11.17. A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:

- I – os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;
- II – deve ser desconsiderado o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65;
- III – devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.
- IV – Especificamente para o planejamento de mídias digitais e inovadoras, com destaque para uso da internet e redes sociais, valerão também as tabelas vigentes com valor bruto (portais, blogs, entre outros) e no caso de impulsionamento para a rede Facebook, ficará a critério das licitantes, caso inclua tal ação em seu planejamento, sugerir valores com base nos dados transmitidos pelo briefing.

FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

11.18. O caderno específico que compõe o Plano de Comunicação Publicitária deverá observar a seguinte formatação:

- I – Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;
- II – capa e contracapa em papel A4branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, ambas em branco.
- III – conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato;
- IV – espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- V – títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- VI – espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, duplo após título e entretítulos e entre parágrafos;
- VII – alinhamento justificado do texto.
- VIII – texto enumeração de páginas em fonte “arial”, cor automático, tamanho 12 Pontos;
- IX – numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, do lado direito, no canto inferior de cada página.

11.19. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e ou material prevista no subitem 11.5.1 estão limitados, no



conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.

- 11.20.** Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e não Mídia estão limitados a 20 (vinte) páginas.
- 11.21.** Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Idéia Criativa deverão ser apresentados em papel A4 ou A3, em papel offset 75 ou 90 gr, sem uso de suporte:
- I. separadamente (soltas) do caderno de que trata o subitem 11.18;
 - II. adequados às dimensões do invólucro n. 1, cabendo à licitante observar o disposto no instrumento convocatório;
- 11.22.** As tabelas e gráficos integrantes dos subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:
- I – ser editados em cores;
 - II – ter seu conteúdo editado com a fonte “arial”, tamanho “10 pontos”;
 - III – ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) páginas para efeito do subitem 11.19.
- 11.23.** As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquestos Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:
- I – ser editados em cores;
 - II – ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;
 - III – ser apresentados em papel A3 dobrado, onde serão consideradas 2 (duas) páginas para efeito do subitem 11.20.

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

- 11.24.** A Capacidade de Atendimento da licitante deverá ser constituída por caderno específico composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:
- I – A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
 - II – a quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
 - c) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais.
 - d) os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto do Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da Assembleia.
 - III – as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.



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

V – as informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Assembleia, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

11.24.1. Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 11.24. deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4 ou A3 dobrado, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, do lado direito e no canto inferior de cada página, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

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

III – REPERTÓRIO

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

11.25.1. No caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

I – as peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2012;

II – as peças eletrônica deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);

III – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas).

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

IV – as peças e ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Assembleia seja ou tenha sido signatária;

V – formatação na orientação retrato, em fonte “arial”, tamanho”12 pontos”, com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, do lado direito, no canto inferior de cada página, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos;

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



- 11.25.1.A.** Para cada peça e ou material previstos no subitem 11.25.1, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.
- 11.25.1.B.** A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido no subitem 11.25.1 implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.
- 11.25.1.B.1.** A proporcionalidade a que se refere o subitem 11.25.1.B será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no instrumento convocatório.
- 11.25.2.** Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

- 11.26.** A licitante deverá apresentar, em caderno específico, 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes ou ex-clientes, desde que estes últimos tenham sido atendidos em período posterior a 31 de dezembro de 2011.
- 11.26.1.** As propostas de que trata o subitem 11.26 devem ter recebido a autorização para sua produção ou ter sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2012.
- 11.26.2.** A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista no instrumento convocatório.
- 11.26.2.** Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes ou ex-clientes, desde que estes tenham sido atendidos em período posterior a 31 de dezembro de 2011 e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Assembleia seja ou tenha sido signatária.
- 11.26.2.A.** A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.
- 11.26.2.B.** Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função.
- 11.26.3.** Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material – não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 6.5 – independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:



I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos)

II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 6.5, ou ser apresentadas separadamente (soltas), preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais: Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

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

11.26.4. Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 11.26 deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial” tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

11.26.4.A. Qualquer página com os documentos e informações do caderno específico poderá ser editada em papel A3 dobrado, caso em que, para fins do limite previsto no subitem 11.26, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

12.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de **TÉCNICA E PREÇO**, nos termos do art. 5º da Lei 12.232/2010 e dos arts. 45, parágrafo 1º, III e 46, parágrafo 2º, incisos I e II da Lei 8.666/93, sendo que é estabelecido o peso **70** para a Proposta Técnica e peso **30** para a Proposta de Preço.

12.2. O julgamento das Propostas Técnicas será realizado pela Subcomissão Técnica, prevista no item 16, que

12.3. julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela licitante:

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

a) Raciocínio Básico (máximo 15 pontos)– a acuidade de compreensão:

- das funções e do papel da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico;
- da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Assembleia com seus públicos;
- das características da Assembleia e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- o desafio de comunicação expresso no briefing.

b) Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo 15 pontos)

- i. Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Assembleia e ao desafio de comunicação;



- ii. Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
 - iii. Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Assembleia com seus públicos;
 - iv. Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação;
 - v. Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.
 - vi. Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária, o desafio de comunicação expresso no briefing, seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível.
- c) Ideia Criativa (máximo 15 pontos)
- i. Adequação ao desafio de comunicação;
 - ii. Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
 - iii. Adequação ao universo cultural do público-alvo.
 - iv. Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
 - v. Originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
 - vi. Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
 - vii. Pertinência às atividades de comunicação da Assembleia, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico;
 - viii. Desdobramentos comunicativos que ensejam conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
 - ix. Exequibilidade das peças e ou do material;
 - x. Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 10 pontos)
- i. Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo;
 - ii. Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
 - iii. Consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação aos dois subitens anteriores (9.2.I,d,"i" e "ii");
 - iv. Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Assembleia;
 - v. Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
 - vi. Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (máximo 05 pontos)

- a) Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;



- c) Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Assembleia;
- d) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) Operacionalidade do relacionamento entre a Assembleia e a licitante, esquematizado na proposta;
- f) Relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Assembleia, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

III – REPERTÓRIO (máximo 05 pontos)

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

IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (máximo 05 pontos)

- a) Evidência de planejamento publicitário;
- b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) Relevância dos resultados apresentados;
- d) Concatenação lógica da exposição.

12.4. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 70 (setenta) pontos e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesitos e subquesito:

I – Plano de Comunicação Publicitária: máximo 55 (cinquenta e cinco pontos)

- a) Raciocínio Básico: máximo 15 (quinze pontos);
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária: máximo 15 (quinze pontos);
- c) Ideia criativa: máximo 15 (quinze pontos);
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia – máximo 10 (dez pontos).

II – Capacidade de Atendimento: máximo 05 (cinco pontos)

III – Repertório: máximo 05 (cinco pontos)

IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: máximo 05 (cinco pontos)

12.4.1. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no item 12.3, obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.

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

12.4.3. A subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20 (vinte) por cento da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o



fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos no Edital.

- 12.4.3.A. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesitos ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou a subquesito reavaliado, a qual será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.
- 12.4.4. A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.
- 12.5. Será desclassificada a licitante que:
- I – não observar as determinações e as exigências neste termo de referencia e no Edital e seus anexos;
 - II - Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos.
 - III – tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.
- 12.5. Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as maiores notas, observadas as condições mínimas indicadas no subitem 12.4, II.
- 12.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquesitos ideia criativa, estratégia de comunicação publicitária, estratégia de mídia e não mídia e nos quesitos capacidade de atendimento, relatos de soluções de problemas de comunicação e repertório.
- 12.6.1. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão previsto nos procedimentos da Segunda Sessão ou em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as licitantes.
- 12.7. Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas as licitantes mais bem classificadas na Proposta Técnica.

13. JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

13.1 Na sessão pública designada pela Comissão de Licitações serão abertos os Invólucros n. 4 – Proposta Comercial – que serão rubricadas pela Comissão de Licitação e pelas agências presentes ou por comissão de até três pessoas que representem as licitantes, por escolha das agências participantes presentes à sessão.

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

13.2. Percentual de honorários sobre (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e



desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, fixados nos limites estabelecidos abaixo:

Pontos	Percentual de honorários
15	10% ou abaixo de 10%
12	De 11% a 12%
10	De 13% a 14%
05	15%

13.3. Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso que estiver em vigor, fixados nos limites estabelecidos abaixo:

Pontos	Desconto sobre a tabela de custos internos
15	50% ou acima de 50%
12	De 45% a 49%
10	De 40% a 44%
07	De 35% a 39%
05	De 30% a 34%

13.4. Serão consideradas as melhores propostas comerciais aquelas que atingirem as maiores pontuações através da fórmula abaixo:

NFPC = Nota final da Proposta Comercial

D1 – Pontuação aplicada ao Percentual sobre honorários de produção externa

D2 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso

$$\underline{NFPC = D1 + D2}$$

13.5. JULGAMENTO DAS MELHORES PROPOSTAS, APLICANDO-SE A MÉDIA PONDERADA ENTRE A MELHOR PROPOSTA TÉCNICA E A MELHOR PROPOSTA DE PREÇOS

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

PF = Nota Final da Proposta Técnica + Nota Final da Proposta Comercial

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPC = Pontuação relativa à proposta comercial



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

- A - Estratégia de Comunicação Publicitária;
- B - Ideia Criativa;
- C - Raciocínio Básico e Estratégia de Mídia e Não Mídia

13.5.3. Após a utilização do critério de desempate, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio.

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

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

13.5.6. Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas as licitantes mais bem classificadas no julgamento final, com a aplicação da média ponderada, entre as Propostas Técnicas e de preços.

14. REQUISITOS PARA HABILITAÇÃO E PARTICIPAÇÃO DO CERTAME

14.1. Não poderão participar desta concorrência empresas reunidas em consórcio, ou agrupamento de pessoas físicas ou jurídicas qualquer que seja sua forma de constituição.

14.2. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, ressalvado que a Assembleia Legislativa não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

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

14.4. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação, na referida sessão será alijada do certame, exceto na hipótese de todas as propostas de preço serem desclassificadas ou de todas as licitantes serem inabilitadas, a Comissão poderá fixar às licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de nova documento ou de outras propostas escoimadas das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.

14.5. A nova documentação deve ser apresentada na forma prevista no Edital, e entregue em sessão pública.



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

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – INVÓLUCRO N. 5
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MATO GROSSO
CONCORRÊNCIA N.
EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)
CNPJ: (indicar o CNPJ da licitante)

- 14.7. O invólucro n. 5 será providenciado pela licitante e deverá ser adequado às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- 14.8. Documentos de Habilitação deverão ser apresentados em uma única via, acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante, a partir da primeira página interna, do lado direito e no canto inferior e deverão ser apresentados:

- I – em original ou
- II – sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial, ou
- III – em cópia autenticada por cartório competente, ou
- IV – em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação.

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

- 14.9. Os documentos referentes à HABILITAÇÃO JURÍDICA são:
- I – cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;
 - II – registro comercial, em caso de empresa individual;
 - III – ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor devidamente registrado, em se tratando de sociedade empresária e, no caso de sociedade por ações, acompanhado dos documentos de eleição de seus administradores;
- b) Os documentos deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais da licitante, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência;
- IV – inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedade simples, acompanhada de prova da Diretoria em exercício;
 - V – decreto de autorização de funcionamento no País, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.
- 14.10. Os documentos referentes à REGULARIDADE FISCAL e TRABALHISTA são:



- I – prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;
 - II – prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou à sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da licitação;
 - III – Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante.;
 - IV – Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS;
 - V – Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT;
 - VI – certidões negativas de débitos ou não, contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município (tributos mobiliários) em que estiver localizada a sede da licitante;
- 14.10.1. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as Fazendas Públicas ou com a Seguridade Social esteja com a exigibilidade suspensa;
- 14.10.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.
- 14.10.3. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.
- 14.11. Os documentos referentes à **QUALIFICAÇÃO TÉCNICA** são:
- I – certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei 12.232/2010, art. 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);
 - II – declaração(oes) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante presta(ou) ao declarante(s) serviço de publicidade cujas atividades sejam similares, pelo menos, às do objeto do Edital, conforme ANEXO 04:
- 14.12. A **QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA** será comprovada mediante apresentação:
- I – de certidão negativa de falência e concordata/recuperação judicial e extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica;
 - c) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;
 - d) Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto;
 - II – do Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social, vedada a substituição por balancetes ou balanços provisórios.



- d) As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de 1 (um) ano deverão apresentar o balanço de abertura ou intermediário, conforme o caso;
- e) Os balanços patrimoniais e demonstrações contábeis deverão ser apresentados de acordo com a legislação e normas contábeis que regem a matéria.
- f) O patrimônio líquido poderá ser atualizado pelo IGPM-FGV quando o balanço estiver encerrado a mais de 3 (três) meses da data da licitação.
- 14.12.1. A licitante deverá comprovar que possui, na data do recebimento do invólucro n. 5:
- I – Índice de Solvência Geral – ISG, Índice de Liquidez Corrente – ILC e Índice de Liquidez Geral – ILG maiores que 1,0 (um);
- II – No caso de licitante que apresentar igual ou menor que 1,0 (um) no cálculo do ISG, ILC e ILG, deverá comprovar possuir patrimônio líquido igual ou superior a correspondente a 1% do valor da verba global publicitária fixada.
- 14.12.1.A. Para a comprovação do Patrimônio Líquido e índices contábeis, o cálculo sobre o balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social deverá ser realizado pela licitante e confirmado pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.
- 14.12.1.B. Nos cálculos envolvendo moeda (R\$), caso sejam necessários arredondamentos, a segunda casa à direita da vírgula, correspondente aos centavos, será arredondada para cima, quando na ocorrência de uma terceira casa, esta for maior ou igual a 5 (cinco).
- 14.13. A licitante também deverá incluir no invólucro n. 5 declaração, afirmando:
- I – conhecimento do instrumento convocatório;
- II – atendimento ao art. 27, inciso , da Lei 8.666/93;
- III – inexistência de impedimento para a participação;
- IV- elaboração independente de proposta.
- 14.14. O CNPJ da licitante deverá ser o mesmo compreendido no cadastro junto à Receita Federal e ou em todos os documentos de habilitação, não sendo permitido uso de documentos pela matriz, quando emitidos para a sua filial e vice-versa.
- 14.14.1. Excetuam-se da restrição os documentos referentes à REGULARIDADE FISCAL e TRABALHISTA que, pela própria natureza, forem comprovadamente emitidos somente em nome da matriz ou da filial.
- 14.15. Não serão aceitos “protocolos de entrega” ou “solicitação de documentos” expedidos por quaisquer órgãos, em substituição aos documentos exigidos neste termo de referencia.



- 14.16. A licitante que se alegar desobrigada de apresentar qualquer dos documentos de habilitação deverá inserir no invólucro n. 5 declaração ou certificado expedido por órgão competente ou legislação em vigor que comprovem essa condição.
- 14.17. A verificação pela Comissão nos sites oficiais das entidades emissoras de certidões constitui meio legal de prova.
- 14.18. Serão consideradas habilitadas as licitantes classificadas que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste termo de referencia, no Edital e seus anexos.

15 - DOS DIREITOS AUTORAIS

15.1. A CONTRATADA cede à Assembleia os direitos autorais patrimoniais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste CONTRATO.

15.2. Os direitos são cedidos de forma total e definitiva, para uso no Brasil ou em qualquer outro país do mundo.

15.3. Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pela Assembleia em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.

15.4. Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

15.5. A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

15.6. A Assembleia será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento deste CONTRATO, sejam estes passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.

15.7. É garantida à Assembleia a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos originalmente de titularidade da CONTRATADA e dos funcionários desta, sobre os resultados da execução deste CONTRATO, ressalvados os direitos autorais e conexos de terceiros.

16 - SUBCOMISSÃO TÉCNICA

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

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



16.2. No mínimo dois dos membros da Subcomissão Técnica não terão vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Assembleia.

A escolha dos membros da Subcomissão Técnica ocorrerá por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 09 (nove) integrantes, previamente cadastrados pela Assembleia, sendo sorteados três titulares e dois suplentes.

16.3. O sorteio, processado pela Comissão, será realizado em três etapas:

I – 02 (dois) membros que não possuam vínculo com Assembleia;

II – 01 (um) membro que possui vínculo com a Assembleia.

III – 02 (dois suplentes), um que não possua vínculo com a Assembleia e outro que possua.

16.4. Além das demais atribuições previstas no Edital, caberá Subcomissão Técnica, quando solicitado pela Comissão, manifestar-se sobre eventuais recursos de licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.

17 – DA REMUNERAÇÃO

17.1. Pela perfeita execução do objeto e obedecidas todas as demais condições estipuladas no contrato, a Assembleia pagará à CONTRATADA os preços, estipulados em bases percentuais, abaixo indicados:

17.2. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada por honorários de% (.....) sobre os custos (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

Os honorários serão calculados sobre o preço faturado pelos fornecedores.

17.3. Pelos serviços de criação e execução interna, a CONTRATADA receberá o valor correspondente indicado na Tabela de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso, vigente quando da prestação dos serviços correspondentes, com um desconto de% (..... por cento).

17.4. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratadas, na cidade de Cuiabá, serão de responsabilidade da CONTRATADA.



18 - DO DESCONTO DE AGÊNCIA

18.1. Além da remuneração prevista, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei n. 4.680/65 e do Decreto n. 57.690/66.

18.2. O desconto será concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da Assembleia, nos termos do art. 19 da Lei n. 12.232/2010.

18.3. A CONTRATADA repassará à Assembleia o valor correspondente a 5% (cinco) por cento do valor da mídia efetivamente contratada sobre o valor acertado para cada veiculação, correspondente ao repasse parcial dos honorários de veiculação, pagos pelos Veículos de Comunicação à agência de publicidade.

19. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

20. PENALIDADES

- 20.1. Ensejará a aplicação de multa no percentual de 0,5% (meio por cento) sobre a estimativa de despesas previstas nos Recursos Orçamentários, sem prejuízo da aplicação de outras penalidades previstas na Lei 8.666/93, a licitante que, convocada dentro do prazo de validade de sua proposta:

- I – recusar-se, injustificadamente, a assinar o contrato;
- II – não apresentar documentação exigida na habilitação, porventura vencida após a reunião de licitação, devidamente atualizada, inviabilizando a contratação.

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

- 20.2. O disposto no subitem 12.1 não se aplica às licitantes remanescentes convocadas na ordem de classificação, observado as condições específicas das empresas beneficiárias pela Lei 123/2006, para, tanto deverão apresentar a documentação exigida na habilitação, porventura vencida após a reunião de licitação, devidamente atualizada, devendo assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato

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

- I – recusa, injustificada, de assinar o Termo de Contrato.
- II – não manutenção das condições de habilitação;
- III – prática de atos ilícitos, visando a frustrar os objetivos da licitação;
- IV – condenação definitiva pela prática dolosa de fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
- V – prática de atos ilícitos, demonstrando não possuir idoneidade para contratar com a Administração.

- 20.3.1. A penalidade de suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar poderá ser aplicada sem prejuízo da aplicação da multa prevista no subitem 12.1.

- 20.4. Poderá ainda ser aplicada a penalidade de Declaração de Inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública, na forma do Inciso IV e parágrafo 3º do art. 87 da Lei 8.666/93, que será proposta ao Secretário de Comunicação da Assembleia, na ocorrência dos casos do artigo 88 da mesma Lei.



20.5. Não serão aplicadas penalidades na ocorrência de casos fortuitos, força maior.

21. ANEXOS

1 - ANEXO 01 - BRIEFING

2 - ANEXO 02 – PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA

Cuiabá 24 de janeiro de 2019.

<p>Responsável pela ELABORAÇÃO:</p> <p>Ricardo Sardinha Clemente</p> <hr/> <p>Gerente de Marketing</p>	<p>Responsável pela VALIDAÇÃO:</p> <p>Rosimeire Cezar Reis Felfili</p> <hr/> <p>Secretária de Comunicação Social</p>
---	---



ANEXO 01 - TERMO DE REFERÊNCIA BRIEFING

BRIEFING – CAMPANHA HIPOTÉTICA

Concorrência n. xxxxx

Com base nas informações descritas no briefing as licitantes deverão criar e planejar uma campanha hipotética que poderá ou não ser veiculada, a critério da ALMT.

I – Introdução

Em linhas gerais há uma instabilidade acerca da classe política e do seu papel na sociedade. O cidadão, diante de inúmeros exemplos negativos de corrupção acabou por se tornar descrente no papel da política em nossa sociedade.

Este ambiente negativo enfraquece um princípio fundamental para o trabalho da ALMT que é a participação popular. Garantir que o cidadão compreenda e sinta que a Assembleia Legislativa também é sua casa e suas ações e decisões estão alinhadas com a sociedade e seu povo, é fundamental para o exercício da democracia, cidadania e transparência.

Neste contexto, a comunicação da Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso reforça seu caráter institucional, devendo ser informativa, educativa e/ou de prestação de serviços e orientação social.

A comunicação é ferramenta fundamental para expandir e valorizar a informação como bem público ao qual todo cidadão tem direito, prestando contas das atividades parlamentares sempre observando os quesitos constitucionais da economicidade, impessoalidade, eficiência e racionalidade da aplicação criteriosa dos recursos e na avaliação permanente dos resultados. Estes devem ser os elementos balizadores da estrutura de comunicação social do Poder Legislativo colocada à serviço do cidadão.

As ações de comunicação social da ALMT devem sempre buscar a valorização do trabalho do Parlamento como instituição e dos Parlamentares como seus legítimos representantes, acentuando o efeito sobre o dia-a-dia da sociedade, por meio das decisões emanadas por esta casa e que também representam os anseios do povo.

Entretanto, como se constata por pesquisa contratada pela ALMT, há um baixo entendimento da população a respeito das atividades legislativas e de suas finalidades. Segundo o levantamento, 64,84% dos entrevistados não compreende o que é e qual o papel do Poder Legislativo. E mais, 69,71% não sabem qual a função de um deputado estadual.

Temos aí o grande desafio de estreitar caminhos, desconstruir ruídos de comunicação e disponibilizar a todos os cidadãos, em diversas formas, canais que estimulem a participação popular plena, fortalecendo o vínculo entre representantes e população.



II – A Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso ESTRUTURA

Atualmente, são 24 (vinte e quatro) deputados estaduais que compõem a Assembleia Legislativa no Mato Grosso.

No Plenário, os deputados apresentam, discutem e votam as matérias de interesse do Estado e de sua população. As comissões, além de estudar e discutir assuntos específicos que podem se transformar em matéria legislativa, exercem o papel fiscalizador do Legislativo.

Os deputados interagem com a população também em visitas às cidades, além de participarem de eventos institucionais realizados pela Assembleia para promover a participação da população no processo legislativo, trazendo para a Assembleia as diversas correntes de opinião existentes na sociedade.

Nessa interação, os deputados recebem informações que subsidiam a atividade parlamentar e os cidadãos passam a conhecer o trabalho de seus representantes, voltado para o desenvolvimento social e econômico de sua região.

Para que uma lei seja criada, por exemplo, sua proposição percorre um longo caminho, pelo qual os deputados vão estudar o assunto, conhecer os problemas e as dificuldades envolvidas, ouvir os cidadãos que serão afetados pela lei assim como especialistas sobre a matéria trabalhada, de forma a obter a melhor solução possível para os problemas tratados por essa nova disposição legal.

A mesa diretora é composta pela Presidência, Primeira Vice-Presidência, Segunda Vice-Presidência além da Primeira à Quarta Secretarias. A estrutura ainda conta com o Fundo de Assistência Parlamentar, Consultoria Técnico-Jurídica da Mesa Diretora e Ouvidoria Geral. A Secretaria Geral conta com células de atuação que compreendem superintendências, coordenadorias, gerências técnicas e secretarias.

DO PAPEL DA ALMT

Para evidenciarmos o papel da Assembleia apresentamos abaixo, na íntegra, os artigos 25 e 26 da Constituição Estadual, que tratam das Atribuições da Assembleia Legislativa, e que são pouco conhecidos pelo grande público em geral:

Art. 25

Cabe à Assembleia Legislativa, com a sanção do Governador do Estado, não exigida esta para o especificado no Art. 28, dispor sobre todas as matérias de competência do Estado, especialmente:

I - sistema tributário, arrecadação e distribuição de rendas estaduais, anistia ou remissão envolvendo matéria tributária;

II - plano plurianual, diretrizes orçamentárias, orçamento anual, operações de crédito, dívida pública;



- III - planos e programas estaduais, regionais e setoriais de desenvolvimento;
- IV - criação, incorporação, fusão, subdivisão ou desmembramento de Municípios, observado o disposto no Art. 18, § 4º, da Constituição Federal;
- V - limites do território de cada unidade municipal e bens de domínio do Estado;
- VI - transferência temporária da sede do Governo Estadual;
- VII - organização administrativa e judiciária do Poder Judiciário, Ministério Público, da Procuradoria Geral do Estado, da Defensoria Pública, do Tribunal de Contas, da Polícia Judiciária Civil, da Polícia Militar e do Corpo de Bombeiros Militar; (Nova redação dada ao inciso pela EC 09, de 1994.)
- VIII - criação, transformação e extinção de cargos, empregos e funções públicas, na Administração Pública direta e indireta, bem como fixação dos respectivos vencimentos e remuneração, observados os critérios estabelecidos na Constituição Federal e nesta Constituição;
- IX - criação, estruturação e atribuições das Secretarias de Estado e órgãos da Administração Pública;
- X - matéria financeira, podendo:
- a) autorizar, previamente, o Governador a estabelecer concessão para exploração de serviço público, bem como fixação e reajuste de tarifas e preços respectivos;
 - b) autorizar a alienação, cessão e arrendamento de bens imóveis do Estado e o recebimento de doações com encargos gravosos, inclusive a simples destinação específica do bem;
 - c) autorizar a criação de fundos, autarquias, empresas públicas, sociedades de economia mista e fundações instituídas pelo Poder Público ou mantidas pelo Estado;
- XI - aprovar, previamente, mudanças na composição da remuneração dos servidores públicos, integrada de vencimento-base, representação e adicional por tempo de serviço.

Art. 26

É da competência exclusiva da Assembleia Legislativa:

- I - eleger a Mesa Diretora e constituir suas Comissões;
- II - receber o compromisso e dar posse ao Governador e ao Vice-Governador do Estado, conhecer-lhes da renúncia e apreciar seus pedidos de licença;
- III - autorizar o Governador e ao[*sic*] Vice-Governador a se ausentarem do Estado, quando a ausência exceder a quinze dias, e do país por qualquer tempo;
- IV - estabelecer e mudar, temporariamente, sua sede, o local de suas reuniões, bem como da reunião de suas Comissões Permanentes;
- V - apreciar o decreto de intervenção em Municípios;



VI - sustar os atos normativos do Poder Executivo que exorbitem do poder regulamentar ou dos limites da delegação legislativa;

VII - julgar, anualmente, as contas do Governador e apreciar os relatórios sobre a execução dos planos de governo, procedendo à tomada de contas, quando não apresentadas dentro de sessenta dias, contados da abertura da Sessão Legislativa;

VIII - fiscalizar e controlar, diretamente, através de quaisquer de seus membros ou Comissões, os atos do Poder Executivo, incluídos os da Administração indireta;

IX - zelar pela preservação de sua competência legislativa em face da atribuição normativa dos outros Poderes;

X - fixar remuneração para os Deputados Estaduais, em cada legislatura, para a subsequente, observado o que dispõem os artigos 150, II, 153, III e 153, § 2º, I da Constituição Federal;

XI - autorizar, por dois terços de seus membros, a instauração de processo contra o Governador, o Vice Governador e os Secretários de Estado;

XII - autorizar referendo e convocar plebiscito;

XIII - elaborar e votar seu Regimento Interno;

XIV - dispor sobre sua organização, funcionamento, poder de polícia, criação, transformação ou extinção dos cargos, empregos e funções de seus serviços e fixação da respectiva remuneração, observados os parâmetros estabelecidos na Constituição Federal e nesta Constituição;

XV - elaborar sua proposta de orçamento, dentro dos limites da lei de diretrizes orçamentárias;

XVI - processar e julgar o Governador do Estado e o Vice-Governador nos crimes de responsabilidade e os Secretários de Estado nos crimes da mesma natureza conexos com aqueles;

XVII - processar e julgar o Procurador-Geral de Justiça, o Procurador-Geral do Estado e o Procurador-Geral da Defensoria Pública nos crimes de responsabilidade;

XVIII - escolher, mediante voto secreto e após arguição pública, dois terços dos membros do Tribunal de Contas do Estado;

XIX - aprovar, previamente, por voto secreto, após arguição pública, a escolha de:

- a) Conselheiros[sic] do Tribunal de Contas do Estado;
- b) (Inconstitucionalidade da alínea – ADIN nº 184-1, julgada em 25/06/93.)
- c) (Inconstitucionalidade da alínea – ADIN nº 452, julgada em 28/08/2002.)
- d) Interventor[sic] em Município;
- e) Titulares[sic] de outros cargos que a lei determinar;

XX - ressalvado o disposto no Art. 52, V, da Constituição Federal, autorizar operações internas e externas de natureza financeira de interesse do Estado, exceto no caso de operação interna para atender à calamidade pública, quando esse ato será praticado “ad referendum” da Assembleia Legislativa;



XXI - suspender a execução, total ou parcial, de lei ou ato normativo estadual, declarado inconstitucional por decisão definitiva do Tribunal de Justiça;

XXII - autorizar, previamente, por iniciativa do Governador, a destituição do Procurador-Geral de Justiça e do Procurador-Geral da Defensoria Pública; (A expressão “do Procurador-Geral do Estado” foi declarada inconstitucional pela ADIN 291/90 DJE nº67 em 15/04/2010.)

XXIII - destituir, por deliberação da maioria absoluta dos Deputados, na forma da lei estadual complementar, o Procurador-Geral de Justiça e o Procurador-Geral da Defensoria Pública; (A expressão “do Procurador-Geral do Estado” foi declarada inconstitucional pela ADIN 291/90 DJE nº67 em 15/04/2010.)

XXIV - apreciar os relatórios trimestral e anual do Tribunal de Contas do Estado;

XXV - requerer intervenção federal, se necessário, para assegurar o livre exercício de suas funções;

XXVI - ordenar a sustação de contrato impugnado pelo Tribunal de Contas;

XXVII - apreciar convênios, acordos ou contratos celebrados pelo Poder Executivo com os Governos Federal, Estaduais ou Municipais, entidades de direito público ou privado, ou particulares, de que resultem para o Estado quaisquer encargos;

XXVIII - emendar a Constituição Estadual, promulgar leis nos casos previstos nesta Constituição, expedir decretos legislativos e resoluções;

XXIX - apreciar vetos do Governador do Estado;

XXX - solicitar ao Governador do Estado informações sobre assunto relacionado com matéria legislativa em tramitação ou sujeita a sua fiscalização;

XXXI - estabelecer, para o início de cada exercício financeiro, a remuneração do Governador do Vice Governador e dos Secretários de Estado. A expressão “que servirá de limite máximo para a remuneração dos cargos do Poder Judiciário nos termos da Constituição Federal e desta Constituição” foi suspensa pela liminar ADIN 509/91 DJ 19/02/93.

Parágrafo único- Nos casos previstos nos incisos XVI e XVII, funcionará como Presidente o do Tribunal de Justiça, limitando-se a condenação, que somente será proferida por dois terços dos votos da Assembleia Legislativa, à perda do cargo, com inabilitação, por oito anos, para o exercício da função pública, sem prejuízo das demais sanções cabíveis.

COMISSÕES

Para tratar de assuntos tão variados e complexos, exige-se um trabalho especializado e dedicado dos deputados, que é feito nas comissões.

Existem comissões permanentes e temporárias na Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso.

Essas comissões são assessoradas pelas Consultorias Legislativas que coordenam os núcleos, compostos da seguinte forma:



1- Núcleo Comissão de Constituição, Justiça e Redação: Comissão de Constituição, Justiça e Redação – Permanente.

2 - Núcleo Econômico: Comissão de Defesa do Consumidor e do Contribuinte – Permanente, Comissão de Trabalho, Administração e Serviço Público (ctap) – Permanente, Fiscalização e Acompanhamento da Execução Orçamentária – Permanente.

3 - Núcleo Social: Comissão de Direitos Humanos, Cidadania e Amparo à Criança, Adolescente e Idoso – Permanente, Comissão de Educação, Ciência, Tecnologia, Cultura e Desporto – Permanente, Comissão de Saúde, Previdência e Assistência Social – Permanente, Comissão de Segurança Pública e Comunitária – Permanente.

4 - Núcleo Ambiental de Desenvolvimento Econômico: Comissão de Agropecuária, Desenvolvimento Florestal e Agrário e Regularização Fundiária – Permanente, Comissão de Indústria, Comércio e Turismo – Permanente, Comissão de Infraestrutura Urbana e de Transportes – Permanente, Comissão de Meio Ambiente, Recursos Hídricos e Recursos Minerais – Permanente, Comissão de Revisão Territorial, dos Municípios e das Cidades – Permanente.

5- Núcleo das Comissões Temporárias: Comissões Especiais, Comissões Parlamentares de Inquérito.

Além das 13 comissões permanentes citadas, a Resolução n. 679, de 30 de novembro de 2006, prevê outra comissão permanente: a Comissão de Ética Parlamentar.

As comissões temporárias são criadas para discutir temas específicos, nas quais se enquadram as Comissões Parlamentares de Inquérito (CPIs) e as Comissões Especiais.

CÂMARA SETORIAL

É a integração entre agentes públicos representantes dos Poderes Executivos, Legislativos, Judiciários, sociedade civil e Ong's, com o objetivo de diagnosticar, estudar e debater temas de relevante interesse para o Estado e discutir matérias em tramitação, visando o seu aperfeiçoamento na legitimação do Processo Legislativo com a participação popular.

À Câmara Setorial Temática caberá:

- I. discutir o tema que motivou a sua composição;
- II. realizar reuniões públicas com entidades da sociedade civil;
- III. solicitar informações de entidades públicas ou privadas, que entender necessárias para subsidiar os seus trabalhos;
- IV. solicitar cooperação técnica de qualquer autoridade, cidadão e entidades públicas ou privadas.

Atualmente são 14 Câmaras Setoriais em andamento, para discussão de diversos assuntos importantes para o desenvolvimento do Estado.



III – ESTRUTURA DE COMUNICAÇÃO DA ASSEMBLEIA

Nosso trabalho é para garantir que a informação com caráter institucional de prestação de contas e social com a criação de um diálogo transparente e aberto com a população aconteça.

São diversos canais de comunicação, compreendendo veículos eletrônicos, impressos, espaços culturais e virtuais, que se dedicam a levar informação, propor debates, divulgar a cultura e a memória política do Estado, estimulando a participação cidadã nos mais relevantes temas para o Estado.

Atualmente a ALMT conta com:

- contas em redes sociais: Facebook, Twitter, Instagram, Whats App e Youtube;
- portal oficial www.al.mt.gov.br
- Ouvidoria Geral pelo 0800 647 9595 ou via e-mail: ouvidoria@al.mt.gov.br
- Rádio Assembleia: A Rádio Assembleia pode ser ouvida na baixada cuiabana pela frequência 89,5 FM e pela internet no endereço: <http://radio.al.mt.gov.br>
- Portal da Transparência: a Assembleia Legislativa oferece o SIC – Serviço de Informação ao Cidadão. Um portal onde o cidadão terá, em uma única plataforma, acesso a diversas informações sobre o Parlamento mato-grossense, como sua estrutura organizacional, seu planejamento estratégico, suas competências, ações, programas, receitas e despesas.
- TV Assembleia Mato Grosso: que pode ser assistida ao vivo pela internet.
- Assembleia Itinerante: programa criado para levar às cidades mato-grossenses uma comitiva para oferecer serviços essenciais à população; debater sobre às demandas da região; palestras e sessão especial (Resolução 4.297/2015).

Além disso são produzidos informativos periódicos e temáticos de acordo com a demanda e o cidadão também pode ter acesso ao Diário Oficial Eletrônico, disponibilizado no portal da internet da ALMT.

IV – BREVE RELATO DAS ATIVIDADES DA ALMT 2017 E 2018

A Assembleia Mato-grossense atuou, em períodos marcados por reivindicações populares, em sintonia com a voz dos cidadãos, procurando atender suas demandas e incentivando a participação da sociedade na vida política do Estado.

Diversas campanhas publicitárias destacaram a importância do acompanhamento dos trabalhos parlamentares, estimulando o cidadão a conhecer e fiscalizar a ação dos seus representantes.

Uma das iniciativas que facilitaram a participação popular foi a ferramenta Propostas, disponível no site da AL (www.al.mt.gov.br/propostas). Através dela, qualquer cidadão pode apresentar suas propostas que são analisadas e podem se tornar projetos de lei. Ao



acessar a página, o cidadão preenche um formulário com dados pessoais e deixa a sua sugestão.

Em 2017, a primeira destas propostas populares que gerou um projeto de lei, foi aprovada em plenário e sancionada, se tornando a lei nº 10.627, que cria o Calendário de Produção da Agricultura Familiar. A sugestão foi encaminhada por um engenheiro agrônomo e empresário.

Outra medida importante para facilitar o acompanhamento dos trabalhos do Parlamento é a divulgação, no site AL, das informações sobre os projetos a serem votados a cada dia, seu teor e andamento da tramitação. Para saber quais projetos serão levados ao plenário em uma sessão ordinária, é disponibilizada na página web a Ordem do Dia, que é a pauta dos projetos que serão discutidos e poderão ser votados na ocasião.

O caminho para essas informações tem início na aba “Parlamento” - linha azul (na parte de cima da página). O usuário deve escolher “ordem do dia”, no menu para ter acesso ao documento que é divulgado horas antes da sessão começar.

Já a relação de todas as proposições que foram votadas fica disponível também na aba “Parlamento”, na opção “Documentos Parlamentares”. Aí é só escolher no rol de “Tipos de Documentos”, a opção “PVSP/ Proposições Votadas - Sessão Plenária”. A lista informa o autor, o número e a ementa de cada propositura, bem como em qual estágio de apreciação cada uma se encontra.

No ano passado foi disponibilizada outra ferramenta de participação social. Trata-se de uma nova funcionalidade do site do Parlamento estadual, que permite ao cidadão interagir, opinando de forma favorável ou desfavorável sobre as propostas em tramitação na Casa. O programa gera um relatório que é processado mensalmente e usado para aperfeiçoamento tanto da instituição quanto para a atuação dos parlamentares.

Nos últimos dois anos a Assembleia também intensificou a realização das audiências públicas na capital e interior, que discutem os temas de maior alcance junto à comunidade. Nas audiências é possível a participação direta dos cidadãos ou de representantes de entidades representativas da população, que tem vez e voz.

Também foram criadas novas Câmaras Setoriais Temáticas, instâncias democráticas que asseguram a participação popular e aperfeiçoam o processo legislativo. Trata-se de um grupo de trabalho temporário que auxilia os parlamentares na formatação de políticas públicas. É a integração entre agentes públicos e privados para diagnosticar, estudar e debater temas de relevante interesse para o Estado e discutir matérias em tramitação, visando o seu aperfeiçoamento. Para compor essas câmaras, a ALMT convida representantes dos Poderes Executivo, Legislativo, Judiciário, da sociedade civil, Ong’s, instituições privadas e profissionais de notório saber, para dar suas contribuições. O



tempo estabelecido para a conclusão dos trabalhos é de 180 dias, mas dependendo da complexidade do assunto, o prazo pode ser prorrogado por igual período.

Plenário

A produção de leis de qualidade é um dos papéis centrais do Poder Legislativo. Dando mais consistência ao seu esforço de aprimorar a legislação estadual, a Assembleia firmou o compromisso de qualificar o entendimento de demandas e aspirações da sociedade, ampliando os mecanismos de divulgação das leis, a fim de facilitar o acesso dos cidadão à legislação.

Entre a produção legislativa desse período, destacam-se as normas:

EMENDA CONSTITUCIONAL DO TETO DE GASTOS No 81, DE 2017 - DOEAL/MT 23.11.17 E DO 23.11.17.

Altera o Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, para instituir o Regime de Recuperação Fiscal - RRF, e dá outras providências.

LEI No 10.709, DE 28 DE JUNHO DE 2018 - D.O. 28.06.18

Institui o Fundo Estadual de Equilíbrio Fiscal de Mato Grosso – FEEF/MT e dá outras providências.

LEICOMPLEMENTAR No 605, DE 29 DE AGOSTO DE 2018 - D.O. 29.08.18.

Institui no âmbito do Estado de Mato Grosso o Estatuto da Microempresa, da Empresa de Pequeno Porte e do Microempreendedor Individual e dá outras providências.

LEI COMPLEMENTAR No 609, DE 28 DE DEZEMBRO DE 2018 - DO 28.12.18.

Institui o Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado da Região Metropolitana do Vale do Rio Cuiabá - PDDI/ RMVRC, e dá outras providências.

V – DO PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO A SER RESOLVIDO

O Poder Legislativo exerce três funções primordiais, de acordo com a Constituição Brasileira: legislar, fiscalizar a administração pública e representar a população.

As funções legislativas consistem na elaboração de lei sobre todos os assuntos constitucionalmente definidos como de sua competência, transformando em legislação as demandas da sociedade. As funções fiscalizadoras tratam da fiscalização e controle permanentes dos atos da administração pública, especialmente quanto a aplicação dos recursos públicos e a eficiência na prestação dos serviços.

O Legislativo exerce ainda a função de representação social, pelo qual sugere ao Poder Executivo medidas de interesse da administração pública. Ao Parlamento cabe, ainda, dentro da função fiscalizadora, instalar comissões de inquérito para investigar irregularidades porventura ocorridas e comissões especiais para discutir temas específicos de interesse da sociedade, além de votar e aprovar o Orçamento Estadual, o



Plano Plurianual do Governo, a Lei de Diretrizes Orçamentárias e os nomes indicados para compor o Tribunal de Contas do Estado, bem como de outras funções previstas.

Além das funções definidas constitucionalmente, a ALMT tem exercido nos últimos anos um papel destacado na intermediação junto ao Governo para o atendimento das necessidades da sociedade em importantes áreas como Educação, Saúde, Segurança e Infraestrutura. Igualmente, tem sido chamada a mediar eventuais conflitos, quando interesses de determinados setores se contrapõem as decisões governamentais. De outra parte, o parlamento mato-grossense tem investido em atividades de extensão, buscando aproximar os cidadãos da instituição, com a promoção de eventos para discussões e aprofundamento de temas relevantes para o Estado.

A meta é alcançar a visão de futuro projetada para a ALMT ser reconhecida como o poder do cidadão na construção de uma sociedade melhor. A Assembleia deve ser reconhecida e utilizada como a casa do povo.

Os objetivos desejados são os de ampliar e aprimorar a participação da sociedade nas atividades do Legislativo; fiscalizar os órgãos e entidades da Administração Pública e avaliar as políticas públicas com foco em resultados; consolidar-se como ponto de convergência do poder público e da sociedade na discussão das estratégias e políticas públicas para o desenvolvimento do Estado; direcionar a comunicação para a compreensão e a valorização das atividades do Poder Legislativo; inovar mediante a incorporação de melhores práticas e novas tecnologias de informação e comunicação.

Em síntese o objetivo é garantir que o cidadão, pelos canais disponíveis de comunicação e os que vierem a ser criados, tenha acesso à informação, sinta-se parte do processo de construção de uma sociedade melhor. Neste contexto, a transparência, eficiência e facilidade no acesso à informação são fundamentais para o incremento da participação popular que fortalece a instituição e abre as portas para um caminho mais eficiente na condução do futuro de nosso Estado.

VI - A CAMPANHA

Espera-se das agências de publicidade licitantes no presente certame que desenvolvam e apresentem uma campanha de caráter institucional.

DE FORMA PRIORITÁRIA: apresentar de forma eficiente e criativa, os canais de comunicação disponíveis com a população. Que esta sistemática além de apresentar e comunicar tais canais, proporcione o incremento do interesse em conhecer o funcionamento da casa e suas discussões, garantindo maior participação popular.

DE FORMA SECUNDÁRIA, fortalecer e informar o papel desta casa, tão incompreendido pela grande maioria da população. Neste contexto, a campanha hipotética deve fortalecer a imagem da ALMT, com conceitos como transparência, eficiência, dinamismo, para reduzir a grande rejeição e pré-conceito estabelecido sobre o fundamental papel da política na construção de uma sociedade mais justa para todos.



Quando citamos o papel da ALMT, destacamos tanto suas funções constitucionais como em relação aos outros papéis que vem assumindo nos últimos anos e de que forma essa atuação pode impactar efetivamente na vida dos mato-grossenses.

Assim, a campanha deve buscar conscientizar a sociedade mato-grossense sobre a importância do poder legislativo e contribuir para seu fortalecimento, despertar o interesse da população pelos temas da política, em especial sobre o trabalho do Legislativo, considerados de difícil compreensão; incentivar a participação do cidadão como exercício de cidadania; valorizar o parlamentar como protagonista nas decisões mais importantes para a sociedade mato-grossense.

A proposta da campanha ficcional, a ser apresentada pelas licitantes, deverá procurar demonstrar:

- visão, estratégica e concepção que viabilize um processo de comunicação permanente e de metas claras para a instituição;
- Visão moderna das relações e do papel da Assembleia com os diversos segmentos da sociedade;
- Ser exequível, compatível com os recursos previstos e racional na proposta de gastos, considerando não só a comunicação com a Capital, mas também com as diversas regiões do Estado;
- Ser inovadora na proposição de conceitos e enfoques adequados às expectativas dos diversos segmentos de público;
- Segmentação de públicos com consistência e visão abrangente dos relacionamentos da Assembleia em suas diversas dimensões.

Público-Alvo - conjunto da população do Estado de Mato Grosso

O público alvo da campanha deverá ser a população do Estado, sociedade civil - homens e mulheres, entre 16 e 80 anos, além de formadores de opinião.

Verba referencial

Para o planejamento da campanha hipotética com ações on-line, off-line e comunicação direta, deverá ser considerada verba referencial de R\$1,8 milhões, incluindo produção, mídia e não mídia. A Mídia deve ser desenvolvida com base nas tabelas cheias (sem desconto) dos veículos de comunicação, vigentes na data da publicação deste edital.

Devem ser desprezadas todas as remunerações das agências de publicidade, inclusive o desconto de agência e os custos internos.

As mídias, cujos veículos não possuam tabela pública de mídia, não deverão ser utilizadas para o desenvolvimento da campanha publicitária ficcional.

DO PRAZO DA CAMPANHA

O planejamento deverá contemplar ações para um período de 30 (trinta) dias de campanha.

OUTRAS QUESTÕES:



Deverá ser utilizada a marca oficial da ALMT que poderá ser encontrada site <http://www.al.mt.gov.br/>.

Todos os meios próprios de comunicação citados neste briefing podem ser utilizados na estratégia de comunicação das licitantes.

Mais informações sobre a ALMT pode ser encontradas no portal oficial da casa.



ANEXO 02 - TERMO DE REFERÊNCIA

PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA

PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA ENTRE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE CONTRATADAS PELA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MATO GROSSO PARA ATENDIMENTO DO DISPOSTO NO PARÁGRAFO 4º DO ART. 2º DA LEI 12.232/2010

A Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso, através de sua Secretaria de Comunicação, no uso de suas atribuições legais e em observância do disposto no parágrafo 4º do art. 2º da Lei 12.232, de 29 de abril de 2010, RESOLVE:

Art. 1º. Fica aprovado o procedimento de Seleção Interna das Agências de Propaganda constante do Anexo I, que disciplina, no âmbito deste órgão público, a seleção interna das agências contratadas para a execução das ações de publicidade deste órgão da administração pública.

Art. 2º. A execução dos contratos de publicidade será realizada em função dos recursos estimados, conforme a metodologia adotada neste procedimento e em sintonia com os princípios da economicidade, da eficiência e da razoabilidade.

Art. 3º. As disposições deste procedimento deverão ser observadas por todos os servidores deste Órgão na prática dos atos por ele disciplinados na execução dos contratos firmados com as agências de propaganda contratadas por ele.

Art. 4º. Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 5º. Revogam-se as eventuais disposições em sentido contrário.

PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

1. Em cumprimento ao disposto no art. 2º, parágrafo 4º da Lei 12.232/2010, fica instituído procedimento de seleção interna entre as agências de propaganda contratadas pela Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso para prestação de serviços de publicidade institucional e de utilidade pública de interesse desta Assembleia.
 - 1.1. A seleção interna das agências contratadas será feita em função dos custos estimados para sua realização, de acordo com a metodologia adotada neste procedimento e em observância com os princípios da economicidade, da eficiência e da razoabilidade.
2. Para os fins deste procedimento, considera-se:



I – Seleção Nível 1: o procedimento de escolha de agência para a execução de ação publicitária com custo estimado em até R\$500.000,00 (quinhentos mil reais);

II – Seleção Nível 2: o procedimento de escolha de agência para a execução de ação publicitária com custo estimado de R\$500.001,00 (quinhentos mil e um reais) até R\$1.000.000,00 (um milhão de reais);

III – Seleção Nível 3 : o procedimento de seleção de agência para a execução de ação publicitária com custo estimado superior a R\$1.000.000,00 (um milhão de reais).

3. A Seleção Nível 1 será feita pela Secretaria de Comunicação mediante a aplicação de um dos critérios abaixo:
 - a) Escolha da agência que já executou ação publicitária similar, no âmbito do contrato (familiaridade da agência com o tema);
 - b) Escolha da agência que estiver em melhores condições para desenvolver a ação;
 - c) Reaproveitamento de linha criativa desenvolvida pela agência;
- 3.1. A Secretaria de Comunicação consignará no procedimento de seleção o critério em que se apoiou para sua decisão.
4. Seleção Nível 2 será feita mediante aplicação dos procedimentos previstos nos subitens 4.1 a 4.5.
 - 4.1. A Secretaria solicitará às agências que apresentem, na data indicada, o desenvolvimento da Ideia Criativa, com base no briefing fornecido pela Secretaria de Comunicação, a qual será avaliada pela Secretaria quanto à adequação da proposta ao briefing; a interpretação favorável ao conceito da campanha; a originalidade e simplicidade da forma e dos elementos. O desenvolvimento da Ideia Criativa deverá ser elaborado no máximo em xxxxxx páginas, fonte, tamanho
 - 4.2. As propostas apresentadas serão analisadas por (indicar quem fará o exame e avaliação), que indicará, em sua avaliação escrita, a proposta considerada adequada para atendimento da necessidade de comunicação, para posterior decisão da Secretaria de Comunicação, quanto ao desenvolvimento da ação.
 - 4.3. Caso nenhuma das propostas seja considerada adequada, a Secretaria de Comunicação determinará às agências que apresentem nova proposta.
 - 4.4. As agências tomarão conhecimento do resultado da Seleção Nível 2 por comunicado formal da Secretaria de Comunicação.
 - 4.5. A Secretaria de Comunicação poderá dispensar o procedimento de Seleção Nível 2 nos casos de:
 - a) Ação publicitária que decorra de proposta de iniciativa de uma das agências contratadas;



- b) Reaproveitamento de linha criativa aprovada anteriormente em procedimento de Seleção nível 2;
 - c) Situações peculiares que requeiram urgência na realização da ação de comunicação, a exemplo das que possam causar prejuízo à segurança ou à saúde de pessoas;
5. A Seleção Nível 3 será feita mediante aplicação dos procedimentos previstos nos subitens 5.1 a 5.3.
- 5.1. Será fornecido pela Secretaria de Comunicação às agências de propaganda um briefing que conterá todos os subsídios para que as agência possam elaborar o raciocínio básico e a ideia criativa, cada qual contido, no máximo, empáginas, fonte, tamanho, estabelecendo data para sua apresentação.
- 5.2. O raciocínio básico e a ideia criativa serão avaliados e pontuados de 0 (zero) a 10 (dez), tendo o raciocínio básico peso 2 e a ideia criativa peso 8.
- 5.3. O Raciocínio Básico será avaliado pelo grau de entendimento e compreensão do briefing e a Ideia Criativa quanto à adequação da proposta ao briefing; a interpretação favorável ao conceito da campanha; a originalidade e simplicidade da forma e dos elementos.
- 5.4. O resultado será comunicado formalmente às agências participantes.
6. Não caberá às agências participantes a apresentação de recurso da decisão.

Cuiabá, 24 de janeiro de 2019.

Secretária de Comunicação
Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso



ANEXO 8 – PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA

PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA ENTRE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE CONTRATADAS PELA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MATO GROSSO PARA ATENDIMENTO DO DISPOSTO NO PARÁGRAFO 4º DO ART. 2º DA LEI 12.232/2010

A Assembleia Legislativa do Estado de Mato Gross, através de sua Secretaria de Comunicação, no uso de suas atribuições legais e em observância do disposto no parágrafo 4º do art. 2º da Lei 12.232, de 29 de abril de 2010, RESOLVE:

Art. 1º. Fica aprovado o procedimento de Seleção Interna das Agências de Propaganda constante do Anexo I, que disciplina, no âmbito deste órgão público, a seleção interna das agências contratadas para a execução das ações de publicidade deste órgão da administração pública.

Art. 2º. A execução dos contratos de publicidade será realizada em função dos recursos estimados, conforme a metodologia adotada neste procedimento e em sintonia com os princípios da economicidade, da eficiência e da razoabilidade.

Art. 3º. As disposições deste procedimento deverão ser observadas por todos os servidores deste Órgão na prática dos atos por ele disciplinados na execução dos contratos firmados com as agências de propaganda contratadas por ele.

Art. 4º. Este procedimento entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 5º. Revogam-se as eventuais disposições em sentido contrário.

PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

1. Em cumprimento ao disposto no art. 2º, parágrafo 4º da Lei 12.232/2010, fica instituído procedimento de seleção interna entre as agências de propaganda contratadas pela Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso para prestação de serviços de publicidade institucional e de utilidade pública de interesse desta Assembleia.

1.1.A seleção interna das agências contratadas será feita em função dos custos estimados para sua realização, de acordo com a metodologia adotada neste procedimento e em observância com os princípios da economicidade, da eficiência e da razoabilidade.



2. Para os fins deste procedimento, considera-se:

I – Seleção Nível 1: o procedimento de escolha de agência para a execução de ação publicitária com custo estimado em até R\$500.000,00 (quinhentos mil reais);

II – Seleção Nível 2: o procedimento de escolha de agência para a execução de ação publicitária com custo estimado de R\$500.001,00 (quinhentos mil e um reais) até R\$1.000.000,00 (um milhão de reais);

III – Seleção Nível 3 : o procedimento de seleção de agência para a execução de ação publicitária com custo estimado superior a R\$1.000.000,00 (um milhão de reais).

3. A Seleção Nível 1 será feita pela Secretaria de Comunicação mediante a aplicação de um dos critérios abaixo:

- a) Escolha da agência que já executou ação publicitária similar, no âmbito do contrato (familiaridade da agência com o tema);
- b) Escolha da agência que estiver em melhores condições para desenvolver a ação;
- c) Reaproveitamento de linha criativa desenvolvida pela agência;

3.1 .A Secretaria de Comunicação consignará no procedimento de seleção o critério em que se apoiou para sua decisão.

4. Seleção Nível 2 será feita mediante aplicação dos procedimentos previstos nos subitens 4.1 a 4.5.

4.1. A Secretaria solicitará às agências que apresentem, na data indicada, o desenvolvimento da Ideia Criativa, com base no briefing fornecido pela Secretaria de Comunicação, a qual será avaliada pela Secretaria quanto à adequação da proposta ao briefing; a interpretação favorável ao conceito da campanha; a originalidade e simplicidade da forma e dos elementos. O desenvolvimento da Ideia Criativa deverá ser elaborado no máximo em xxxxxx páginas, fonte, tamanho

4.2. As propostas apresentadas serão analisadas por (indicar quem fará o exame e avaliação), que indicará, em sua avaliação escrita, a proposta considerada adequada para atendimento da necessidade de comunicação, para posterior decisão da Secretaria de Comunicação, quanto ao desenvolvimento da ação.

4.3. Caso nenhuma das propostas seja considerada adequada, a Secretaria de Comunicação determinará às agências que apresentem nova proposta.

4.4. As agências tomarão conhecimento do resultado da Seleção Nível 2 por comunicado formal da Secretaria de Comunicação.

4.5. A Secretaria de Comunicação poderá dispensar o procedimento de Seleção Nível 2 nos casos de:



- a) Ação publicitária que decorra de proposta de iniciativa de uma das agências contratadas;
- b) Reaproveitamento de linha criativa aprovada anteriormente em procedimento de Seleção nível 2;
- c) Situações peculiares que requeiram urgência na realização da ação de comunicação, a exemplo das que possam causar prejuízo à segurança ou à saúde de pessoas;

5. A Seleção Nível 3 será feita mediante aplicação dos procedimentos previstos nos subitens 5.1 a 5.3.

5.1. Será fornecido pela Secretaria de Comunicação às agências de propaganda um briefing que conterà todos os subsídios para que as agência possam elaborar o raciocínio básico e a ideia criativa, cada qual contido, no máximo, empáginas, fonte, tamanho, estabelecendo data para sua apresentação.

5.2. O raciocínio básico e a ideia criativa serão avaliados e pontuados de 0 (zero) a 10 (dez), tendo o raciocínio básico peso 2 e a ideia criativa peso 8.

5.3. O Raciocínio Básico será avaliado pelo grau de entendimento e compreensão do briefing e a Ideia Criativa quanto à adequação da proposta ao briefing; a interpretação favorável ao conceito da campanha; a originalidade e simplicidade da forma e dos elementos.

5.4. O resultado será comunicado formalmente às agências participantes.

6. Não caberá às agências participantes a apresentação de recurso da decisão.
(Cuiabá e data)

Secretária de Comunicação

Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso



ANEXO 09

PLANILHA DE AVALIAÇÃO

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

QUESITO	ANÁLISE CRÍTICA	PESO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
Raciocínio Básico	Ótimo	15	15
	Bom	10	
	Regular	06	
	Não atende	02	
Estratégia de Comunicação	Ótimo	15	15
	Bom	10	
	Regular	06	
	Não Atende	02	
Ideia Criativa	Ótimo	15	15
	Bom	10	
	Regular	06	
	Não atende	02	
Estratégia de Mídia e Não Mídia	Ótimo	10	10
	Bom	07	
	Regular	04	
	Não atende	02	



ANEXO 10

PLANILHA DE AVALIAÇÃO

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO, RELATOS DE SOLUÇÕES

QUESITO	ANÁLISE CRÍTICA	PESO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
Capacidade De Atendimento	Ótimo	05	
	Bom	04	
	Regular	03	05
	Não atende	01	
Repertório	Ótimo	05	
	Bom	04	
	Regular	03	05
	Não Atende	01	
Relatos de Soluções	Ótimo	05	
	Bom	04	
	Regular	03	05
	Não atende	01	



ANEXO 11

**REQUERIMENTO DE BENEFÍCIO DO TRATAMENTO DIFERENCIADO E
DECLARAÇÃO PARA MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO
PORTE (LEI COMPLEMENTAR Nº 123/2006)**

(PAPEL TIMBRADO DA EMPRESA)

EMPRESA: _____, com sede
_____, CNPJ/MF nº
_____, devidamente registrada na Junta Comercial sob
o número _____, neste ato representada por seu
representante legal: _____, portador(a) da Carteira de
Identidade RG nº _____ - SSP/_____ e do CPF/MF nº _____,
solicita que na licitação **CONCORRÊNCIA Nº 001/2019** seja dado o tratamento
diferenciado concedido a essas empresas, com base nos artigos 42 a 45 da Lei Complementar
n.º 123, de 14 de dezembro de 2006, com fundamento na CERTIDÃO anexa, emitida pela
Junta Comercial, para comprovação da condição de microempresa ou empresa de pequeno
porte, na forma do art. 8º da Instrução Normativa nº 103/2007 do Departamento Nacional de
Registro do Comércio - DNRC.

Para efeito do benefício legal a que se refere o presente requerimento, declaramos:

- a) O pleno atendimento às condições previstas na Lei Complementar Federal nº 123/2006, para enquadramento na condição de Microempresa/Empresa de Pequeno Porte;
- b) A inexistência de qualquer um dos impedimentos entre os previstos nos incisos do § 4º do artigo 3º da Lei Complementar Federal nº 123, de 14 de dezembro de 2006;
- c) O conhecimento das consequências legais decorrentes da apresentação de declaração falsa objetivando os benefícios da Lei Complementar nº 123/2006.

Local e data.

Assinatura do representante legal sob carimbo

RG

CPF

CNPJ/MF da empresa

