



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

**OBJETO: CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING, A SEREM PRESTADOS POR AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA ATENDER DEMANDAS DE COMUNICAÇÃO DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE ALAGOAS.**



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

Contratação de serviços de publicidade e propaganda, planejamento de comunicação e marketing a serem prestados por agência de publicidade e propaganda, para atender demandas de utilidade pública da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE).

ÓRGÃO REQUISITANTE: Diretoria de Comunicação da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE).

Agosto/2015

## **1. INTRODUÇÃO**

---

1.1 O presente documento tem por objetivo estabelecer o conjunto de requisitos para licitação com vistas à contratação de agência de publicidade e propaganda para prestação dos serviços de publicidade, para atender demandas de Utilidade Pública da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE).

1.2 As informações aqui descritas formalizam o escopo da licitação para obtenção de propostas para a contratação destes serviços e estabelecem uma referência comum para a futura contratada e a comunicação educativa e de Utilidade Pública da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE).

## **2. OBJETO**

---

2.1. O objeto da presente concorrência é a prestação de serviços de publicidade, conforme Lei Federal 12.232/2010, 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 de caráter institucional de competência da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE), conforme discriminação a seguir:

LOTE	DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS	VALOR (R\$)
Lote Único	PUBLICIDADE INSTITUCIONAL	R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais)

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;



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

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 ambiente de atuação da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE), o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

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

2.1.2 Os serviços previstos no objeto a ser licitado não abrangem as atividades de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, projetos de ambientação e decoração, montagem de estandes em feiras e exposições e serviços correlatos, viabilização de cotas de patrocínio para divulgação de projetos social, cultural e esportivo e merchandising com apoio da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE), e atividades de desenvolvimento e implantação de serviços para internet, conforme regulamenta a lei federal nº 12.232/2010.

2.1.3 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento, **comercializados por veículo de comunicação.**

2.1.4 Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse do Poder Legislativo Estadual.

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



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

2.2.1 Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de 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 do Estado de Alagoas (ALE), 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 solicitação da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE) e suas diretrizes, regras e normativas estabelecidas.

2.3. O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será propriedade da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE), 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.

### **3. PRAZO DE VIGÊNCIA DO CONTRATO**

---

3.1. O contrato terá prazo de vigência de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, na forma do art. 57, inciso II, da Lei Federal nº 8.666/93 e alterações subseqüentes.

### **4. VALIDADE DA PROPOSTA**

---

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

### **5. CONDIÇÕES DE REMUNERAÇÃO**

---

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

- a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseados na tabela de preços da ABAP (Associação Brasileira das Agências de Publicidade) Capítulo Alagoas, conforme a proposta apresentada pelo licitante vencedor;
- b) Honorários (em percentual) de até 7% (sete por cento), conforme constante na proposta, a serem cobrados pela Assembleia Legislativa de Alagoas (ALE), incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada, referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

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

5.3. Sobre o valor das faturas de serviços de veiculação que tenham sido contemplados com o “desconto de agência” não incidirão os honorários sobre os serviços e suprimentos externos contratados.

5.4. A CONTRATADA reverterá a Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE), parcela do “desconto padrão de agência” a que fizerem jus, no percentual máximo de cada faixa (2%, 3% ou 5%, conforme o caso), indicada no ANEXO “B” – SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS / BENEFÍCIOS, constante das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, emitida pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão, com base no investimento bruto anual em mídia.

5.4.1. Na execução do(s) contrato(s), a CONTRATANTE, devidamente subsidiada pela INTERVENIENTE do contrato, deverá negociar com a CONTRATADA a obtenção de percentual de reversão superior aos percentuais fixados no subitem anterior, com vistas a obter condições mais vantajosas para a Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE); sendo obrigatória a comprovação documental de que a negociação foi realizada.

5.5. Os honorários sobre os custos comprovados dos serviços autorizados e executados por terceiros não deverão incidir sobre os tributos que forem adicionados aos preços desses serviços.

5.6. Na reutilização de peças publicitárias por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o cachê original a ser pago pela CONTRATANTE a atores, modelos e locutores, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será de no máximo 50% (cinquenta por cento).

5.7. Na reutilização de peças publicitárias por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o valor dos direitos autorais de obras consagradas incorporadas a peças publicitárias a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores desses direitos será de no máximo 50% (cinquenta por cento).

5.8. Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

5.9. As formas de remuneração poderão ser renegociadas, no interesse do CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação do contrato.

## **6. REQUISITOS PARA HABILITAÇÃO (QUALIFICAÇÃO TÉCNICA)**

---

6.1. Para qualificação técnica será(ão) exigido(s) atestado(s) de capacidade técnica, relação de aparelhamento técnico e relação de pessoal, bem como cópia autenticada do certificado de qualificação técnica de funcionamento, obtido perante o Conselho Executivo de Normas-Padrão (CENP), de que trata § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232 de 29/04/2010.

## **7. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA**

---

7.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

### **Invólucro nº 1**

7.1.1 No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, cuja formatação geral está definida nos itens 9.1 e 9.2 deste instrumento e a formatação específica de seus subcritérios está definida no item 9.3 deste instrumento.

7.1.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela ANUNCIANTE, conforme a seguir:

- a) O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada no endereço Praça Dom Pedro II, s/n, Centro, Maceió/AL.
- b) O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.

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

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

- a) Ter nenhuma identificação;
- b) Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) Estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante, bem como seu conteúdo deve estar perfeitamente alocado em seu interior.

### **Invólucro nº 2**



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

7.1.2 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 9.2 e 9.3.

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

Invólucro nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 01/2015

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

7.1.2.3 O objetivo exclusivo do envelope nº 2 é a posterior identificação, para fins do cômputo geral de notas, das autoras do Invólucro nº 1, sendo seu conteúdo apenas usado como parâmetro de reconhecimento destas propostas.

**Invólucro nº 3**

7.1.3 No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 9.5 a 9.10.

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

Invólucro nº 3

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

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 01/2015

7.1.3.2 O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura, sendo desaconselhado o uso de caixas, envelopes e embalagens de dimensões superiores 10.000cm<sup>3</sup> que dificultem o manejo do seu conteúdo.



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

7.1.3.2.1 O uso de embalagens de dimensões superiores as definidas neste termo para o invólucro 3acarreta em automática desclassificação da concorrente.

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

## 8. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

8.1 A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação condicionada no Invólucro nº 4.

### Invólucro nº 4

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

Invólucro nº 4

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 01/2015

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

8.1.3 O conteúdo do invólucro nº 4 deve se ater aos modelos e especificações definidos neste termo, sendo desconsideradas as propostas que a fizerem de forma dissonante dos elementos aqui instituídos.

## 9. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

<b>Quesitos</b>		<b>Subquesitos</b>	
I.	Plano de Comunicação Publicitária	a)	Raciocínio Básico
		b)	Estratégia de Comunicação Publicitária
		c)	Ideia Criativa
		d)	Estratégia de Mídia e Não Mídia
II.	Capacidade de Atendimento		





ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

III.	Repertório
IV.	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

9.1.1 A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

9.2 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

- a) Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, ambas **em branco, não deverão** ser usadas sobrecapas em plástico, acetato ou qualquer outro material;
- c) Conteúdo impresso em papel A4, tipo offset ou equivalente, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
- d) Espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) Espaçamento ‘simples’ entre as linhas e, *opcionalmente*, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) Alinhamento justificado do texto;
- h) Texto e numeração de páginas em fonte ‘arial’, cor ‘automático’, tamanho ‘12 pontos’, sem prejuízos das exceções dispostas nos subitens 9.2.1, 9.2.2 e 9.2.3;
- i) Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da folha;
- j) Sem identificação da licitante.
- k) Não serão permitidas notas de rodapé no corpo do texto a nenhum título, exceto como adjuvante dos gráficos e tabelas, nos itens em que estes são expressamente permitidos.

9.2.1 As especificações do subitem 9.2 não se aplicam às peças tangibilizadas de que trata a alínea ‘b’ do subitem 9.3.3.

9.2.2 Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráfico e ou tabela, observadas as seguintes regras:

- a) Os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) Para os dados e informações dos quadros e ou tabelas recomenda-se edição na fonte ‘arial’, preferencialmente em estilo ‘normal’, cor ‘automático’, tamanho ‘10 pontos’;



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

c) Apenas as páginas **em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas** poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 9.2.6, o papel A3 será computado duas folhas de papel A4, respeitadas as margens previstas nas laterais das páginas, conforme definido no item 9.2 deste edital, alínea d.

9.2.3 Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

9.2.3.1 Apenas as páginas **em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas** desse subquesto poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

9.2.4 Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 9.2, apesar de integrarem o mesmo envelope.

9.2.4.1 Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto no item 7.1.1.3, e demais exigências deste termo de referência.

9.2.4.2 Não é permitido que as peças não sejam coladas em pranchas ou similares que possam determinar a identidade da licitante, nem o uso de *pass-partout* ou *assemelhados*. **Quando impressas deve-se usar o padrão de gramatura de papel proposto (75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>)**, além de respeitar a sugestão de exposição em folha que, quando dobrada e fechada, mantenha o formato A4 de forma a permitir sua melhor inserção e manuseio no invólucro padrão sem maiores transtornos à subcomissão técnica.

9.2.5 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da Ideia Criativa estão limitados, **no conjunto, a 10 páginas**.

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

9.2.7 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 mensagens publicitária.

9.2.8 Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar as etapas do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia. Não há necessidade de lançar nessas páginas os subitens deste termo de referência a que correspondem o quesito nem os textos expressos nesses subitens.



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

a) Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 9.2, no que couber

b) Essas páginas, por não conterem conteúdo avaliatório, **não contam** no cômputo de páginas explicitado no subitem 9.2.5 deste termo de referência, não devendo ser numeradas quando utilizadas.

9.3 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Briefing anexo a este edital, observadas as seguintes disposições:

9.3.1 Raciocínio Básico: composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE) eo contexto de atuação e sua população (dados sócio-demográficos) no estado e região. O texto deverá contemplar:

a) diagnóstico e interpretação dos desafios e problemas de comunicação do briefing introduzindo o trabalho da candidata;

b) considerações de público alvo da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE) e dacampanha em específico tratada no *briefing*;

c) premissas básicas para o desenvolvimento da estratégia de comunicação que será desenvolvida pela agência candidata nos itens que virão a seguir deste, incluindo a prioridade com que estas premissas devem ser atendidas nas estratégias subsequentes.

9.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: Derivado diretamente das considerações já apresentadas no item anterior, se constitui de apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios e problemas - geral e específicos - de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos previstos no Briefing, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária, partindo do tema chave proposto no briefing, descartando soluções eventualmente consideradas inicialmente na estratégia e justificando seu descarte;

b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, no que destacamos:

- I. Definições sobre o comportamento dos públicos da campanha, formulando hipóteses e diagnósticos alicerçados em dados reconhecidos;
- II. Definições sobre o conteúdo que deve estar inserido na campanha, em particular sobre o conteúdo e forma de abordar o público definido,



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

norteando os itens que serão corporificadas nas peças da relação presente na ideia criativa;

- III. Desdobramentos posteriores da campanha, determinando como esta abordagem irá gerar longevidade a campanha;
- IV. Definições temporais sobre o período correto de realizar a campanha, diante das diretrizes presentes;
- V. Definições relativas ao modo de realizar a estratégia de campanha, em particular diretrizes gerais sobre os suportes midiáticos, instrumentos ou ferramentas que serão utilizados e razões que suportam essas diretrizes.

9.3.3 Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) Apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no anteriormente, com comentários sobre a construção criativa de cada peça e/ou material, podendo ser em texto corrido ou tópicos, a critério dos licitantes;

b) Da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária. As peças exemplificadas devem estar indicadas de forma clara no texto descrito na alínea anterior.

c) Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 9.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material e a sua detalhada especificação no caso das peças não corporificadas que eventualmente irão compor a campanha, bem como de suas técnicas construtivas quando pertinente;

d) Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 9.3.3 estão limitados a **5 (cinco)**, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, podendo ser apresentados sob qualquer forma impressa – desde roteiro, *layout* e ou *storyboard* impressos, para qualquer meio; descritivos e gráficos impressos para protótipo; detalhamento impresso de roteiros para realização de peças destinadas a rádio e internet;

- I. Todos os exemplos devem ser apresentados exclusivamente em substrato papel, conforme demais normativas do certame.
- II. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado na forma 'exemplificada', a relação prevista na alínea 'a' do subitem 9.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos (de texto ou de tópicos, conforme escolha da licitante): um para as peças e ou material apresentados como exemplos (peças tangibilizadas) e outro para o restante que não será exemplificado (peças não tangibilizadas).



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

- III. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, **sem suporte e/ou *passé-partout***. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.
- IV. Cada peça e ou material impresso deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, roteiro de filme TV, roteiro de spot para rádio, anúncio em revista, *frames* de banner para internet, etc.) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 9.3.3.

e) Para fins de cômputo das peças que podem apresentadas 'exemplificadas', até o limite de que trata a alínea 'a' do subitem 9.3.3.3, devem ser observadas as seguintes regras:

- I. as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- II. cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;
- III. peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – *outdoor*, envelopamento de veículos, adesivagem de *fingers* – entre outros), apenas será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;
- IV. um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- V. um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- VI. um *banner* e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- VII. um *hotsite* cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado apenas uma peça.

9.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

- a) Texto de apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing anexo a este edital, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas;



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

- b) Texto diagnóstico sobre os públicos da campanha contemplados, seu consumo de mídia e perfis embasados em pesquisas e dados reconhecidos, sempre alicerçados em elementos demográficos e psicográficos, servindo de apoio aos argumentos oferecidos, o que inclui gráficos e tabelas referentes a estes conteúdos;
- c) Texto com considerações detalhadas sobre as táticas de mídia propostas e números relativos ao alcance do plano proposto, permitindo a inclusão de tabelas e informações sobre as estratégias de *flight* propostas;
- d) Simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas que embasem as normativas técnicas utilizadas pelas candidatas para esta distribuição.
- I. Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 9.3.3 deverão constar dessa simulação, com seus respectivos períodos de distribuição das peças e ou material e quantidades de inserção destes materiais;
- e) Resumo geral com informações sobre, ao menos:
- I. Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- II. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- III. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia com as respectivas quantidades a serem produzidas;
- IV. Demais valores (absolutos e percentuais) que incluam o orçamento do exercício, inclusive custos de pesquisa e eventuais reservas técnicas designadas.
- f) Quanto aos valores desta simulação, devem ser observados:
- I. Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser considerados os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- II. Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- III. Não será necessário especificar os custos internos e honorários sobre serviços de fornecedores.

**Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**

9.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, constitui-se do mesmo conteúdo da via não identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, com a identificação da licitante. Deve ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado, uma vez que não tem como propósito nenhum tipo de avaliação técnica, sendo apenas referência para cotejamento dos conteúdos no momento final da avaliação desta etapa do certame.

**Capacidade de Atendimento**

9.5 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, 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, devidamente identificado.

9.5.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 9.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

9.5.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 9.5 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

9.5.3 Não há limitação de número de páginas para apresentação do conteúdo do caderno da Capacidade de Atendimento.

9.6 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

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

b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se todas as áreas fundamentais: estudo; planejamento; criação; produção de rádio, produção em RTV e internet; produção gráfica; mídia e atendimento e tipo de disponibilidade destes funcionários;

- I. não é necessária rubrica ou autenticação destes currículos resumidos por parte dos profissionais, atentando a concorrente ao observado nas cláusulas contratuais sobre equipe disponível para a Assembleia;
- II. não é necessário currículo resumido dos profissionais que não integrem as áreas técnicas da agência.





ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

c) as instalações, a infraestrutura física, infraestrutura de Tecnologia da Informação (*hardware e software*), segurança de fluxo de dados, de processos e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

d) a sistemática de atendimento e discriminação dos prazos a serem praticados em forma clara, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha, na elaboração de plano de mídia e fluxo de trabalho;

e) a discriminação detalhada das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência, dos periódicos assinados e da(s) auditoria(s) de circulação e controle de mídia (com suas respectivas abrangências) que colocará regularmente à disposição da ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

#### Repertório

9.7 A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, 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, devidamente identificado.

9.7.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 9.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

9.7.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

9.7.3 Não há limitação de número de páginas para o conteúdo do caderno de apresentação do Repertório.

9.8 O repertório é composto por um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pelo licitante, na seguinte forma:

- a) um DVD contendo até 03 (três) comerciais para televisão;
- b) um CD contendo até 03 (três) spots e/ou jingles para rádio;
- c) um conjunto de até 03 (três) anúncios destinados à mídia impressa;





ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

9.8.1 Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica e texto resumocom a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e parâmetros de construção da peça, além da identificação da licitante e de seu cliente, 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 e outras questões pertinentes a alocação de verba, quando recomendável.

9.8.2 Serão vedados os trabalhos que tiverem qualquer referência direta ou indireta a Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas, mesmo que em regime de parceria com outros anunciantes.

9.8.3As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01 de janeiro de 2012.

9.8.3.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executável em qualquer computador com sistema operacional *windows*.

9.8.3.2.1 Qualquer problema técnico referente a mídia apresentada pelas candidatas poderá ter reflexo direto na nota da concorrente e é de sua total e exclusiva responsabilidade.

9.8.3.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 9.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

9.8.3.3.1 Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não, desde que caibam no invólucro adequado.

9.8.3.4 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 9.8.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista para o item.

**Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

9.9 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, 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, devidamente identificado.



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

9.9.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 9.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 9.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

9.9.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

9.10 A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 3 (três) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

9.10.1 As propostas de que trata o subitem 9.10 devem ter sido implementadas a partir de 2010.

9.10.2 Se a licitante apresentar relatos em quantidade inferior à estabelecida no subitem 9.10, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de relatos apresentados. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista para o subitem.

9.10.3 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pela ANUNCIANTE.

a) A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário.

b) Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo e a assinatura deve ser autenticada na última folha do relato.

9.10.4 É facultada a inclusão de até 3 peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

- a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD executável em qualquer computador com sistema operacional windows;
- b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 9.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;
  - I. se apresentadas soltas, as peças gráficas poderão ter qualquer formato, dobradas ou não;



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

- II. as peças incluídas não terão suas páginas computadas nos limites do relato definidos no item 9.10;
- c) para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a identificação da peças e detalhes de concepção criativa, quando pertinente.

## **10. REQUISITOS DA PROPOSTA DE PREÇOS**

---

10.1 A proposta deverá ser apresentada, preferencialmente, em 02 (duas) vias, devendo ser redigida no idioma português, sem rasuras, emendas ou entrelinhas, digitada em papel timbrado, datada e assinada por representante legal do licitante, na última folha, e rubricada nas demais.

10.2 A Proposta de Preço deverá conter:

10.2.1 Itens sujeitos a valoração, contendo as informações constantes no modelo de proposta – anexo ao Edital, indicando os percentuais em algarismos e por extenso, com os seguintes dados:

- a) Percentual de desconto de, no mínimo, 40% (quarenta por cento), a ser concedido a Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE), sobre os CUSTOS INTERNOS, baseados na tabela de preços da Associação Brasileira das Agências de Publicidade, capítulo de Alagoas, conforme anexo a este Termo de Referência;
- b) Honorários (em percentual) de até 7% (setepor cento), a serem cobrados a Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE) incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da(s) contratada(s), referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

10.3. Declaração assinada pelo titular do licitante ou seu procurador legalmente designado, sobre o tratamento dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, estabelecendo:

- 10.3.1 para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, arte-finalização e assemelhados), a cessão durante a vigência do contrato, dos direitos patrimoniais de uso à Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE);
- 10.3.2 para os direitos de imagem (atores e modelos) e de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de duração do contrato, com a definição de um percentual de até 50% do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso;
- 10.3.3 o compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças publicitárias, os valores dos cachês e os



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, incluso nesses orçamentos.

10.4. Declaração assinada pelo titular da licitante ou seu procurador legalmente designado, se comprometendo a repassar a Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE), todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços;

10.5. Declaração assinada pelo titular da licitante ou seu procurador legalmente designado, de que reverterá a Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE), parcela do “desconto padrão de agência” a que fizer jus, no percentual máximo de cada faixa (2%, 3% ou 5%, conforme o caso), indicada no ANEXO “B” – SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS / BENEFÍCIOS, constante das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, emitida pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão, com base no investimento bruto anual em mídia. Não será considerada qualquer oferta de vantagem não prevista neste Edital, nem preço ou vantagem baseada nas ofertas das demais licitantes. Em caso de divergência entre dados numéricos e valores por extenso, prevalecerá este último;

10.6 Os trabalhos desenvolvidos internamente pela agência serão remunerados de acordo com os valores constantes da Tabela de Custos Internos da Associação Brasileira das Agências de Publicidade - ABAP - capítulo Alagoas, aplicando-se o desconto oferecido na proposta do licitante.

10.7 Declaração da Licitante:

10.7.1 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 a Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE) as vantagens obtidas;

10.7.2 informando estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no subitem 15.12 deste Termo de Referência;

10.7.3 que o preço proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência dos contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

10.7.4 comprometendo-se a repassar a Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE) todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços;



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

10.7.5 afirmando que, nos preços propostos, estão incluídas todas as despesas com materiais, mão-de-obra e respectivos encargos sociais, tributários, seguros, transportes e demais despesas necessárias à execução dos serviços objeto desta licitação, inclusive cessão de direitos autorais. Na ausência dessa declaração, serão consideradas incluídas todas as despesas mencionadas neste subitem;

10.7.6 do compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos.

10.80 Prazo de validade da proposta será de no mínimo 90 (noventa) dias, contados da data da entrega dos envelopes.

10.9 Os trabalhos desenvolvidos internamente pela Agência serão remunerados de acordo com os valores constantes da Tabela de Custos Internos da Associação Brasileira das Agências de Publicidade (ABAP) Capítulo Alagoas, anexada a este edital, aplicando-se o desconto oferecido na proposta do licitante.

10.10 Não será aceito percentual de honorários superior a 7 % (sete por cento).

10.11 Em caso de divergência entre dados numéricos e valores por extenso, prevalecerá esse último. Havendo erro de cálculo, se efetuará as retificações e se considerará, para efeito de julgamento, o valor com as retificações efetuadas.

## **11. PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

---

11.1 Para efeito de avaliação do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, a licitante deverá apresentar uma campanha simulada, sobre o tema hipotético **“ASSEMBLEIA LEGISLATIVA – A CASA DOS ALAGOANOS”**, com verba de R\$ **750.000,00 (setecentos e cinquenta mil reais) e duração de 90 (noventa) dias, conforme Briefing – Anexo II deste Termo de Referência.**

### **11.2 DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA**

11.2.1 As propostas técnicas serão julgadas, avaliadas e classificadas de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado definidos neste Edital por Subcomissão Técnica especificamente designada para este fim, conforme normativas da legislação em vigor, aferindo-se a nota a partir do somatório dos pontos obtidos nos quesitos técnicos constantes da proposta do licitante.

11.2.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os atributos da Proposta Técnica conforme itens a seguir, tendo cada quesito ou subquesito objetos específicos para análise.



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

11.3 ATRIBUTOS DE AVALIAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:

11.3.1 Raciocínio Básico – serão analisados a acuidade de compreensão e análise:

- a) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação e presença de dados que referenciem esta acuidade;
- b) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE), conforme discorre o Briefing anexo a este edital;
- c) das necessidades de comunicação institucional da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE) para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s), conforme Briefing anexo a este edital.

11.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária – serão observadas nas propostas das concorrentes:

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE) e a seu (s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme o Briefing anexo a este edital;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE) com seus públicos a partir da eventual implantação da campanha;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE) conforme o Briefing em anexo;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e táticas derivadas;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação institucional da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE), seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível conforme o Briefing em anexo;
- g) a composição de pontos de contato com os diversos públicos constantes em briefing e sua tangibilização em estratégia pertinente ao desafio proposto;
- h) as referências estratégicas capazes de alimentar os pontos fundamentais do plano de comunicação com destaque para as questões de público (quantitativas e comportamentais), forma, temporalidade e meios utilizados.

11.3.3 Ideia Criativa – serão observadas nas propostas das concorrentes:



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

- a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE) conforme o Briefing em anexo.
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a unidade entre as peças que compõem a campanha;
- g) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta, bem como sua capacidade de síntese;
- h) sua pertinência às atividades da comunicação de utilidade pública da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE) e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- i) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- j) a exequibilidade das peças e ou do material e sua composição imagética e de conteúdo;
- k) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos substratos midiáticos e aos públicos propostos.
- l) o manejo e adequação da linguagem e composição imagética, demonstrada em sua unidade criativa e qualidade técnica e exemplos apresentados.

11.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia – serão observadas nas propostas das concorrentes:

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritário constantes no briefing e seus desdobramentos de *target*;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos, tanto demográficos quanto psicográficos, bem como uso de fontes fiáveis;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores, evidenciada pelo suporte de dados que norteiam essa simulação;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE);
- e) a proporcionalidade na distribuição dos recursos entre suas alíneas;
- f) a economicidade e consciência na aplicação da verba de mídia disponível, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material e suas justificativas táticas e disponibilidade de métricas que as embasem;
- g) a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa;
- h) a existência de descritivos claros, em valores percentuais e absolutos, capazes de resumir a proposta apresentada e sua proporcionalidade.





ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

11.3.5 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – serão observadas nas propostas das concorrentes:

- a) A consonância da atual carteira com os problemas e desafios da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE);
- b) a experiência e formação dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e de comunicação integrada;
- c) a adequação das qualificações e da quantificação desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária institucional da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE);
- d) a adequação das instalações, da infraestrutura (física e de tecnologia da informação) e dos recursos materiais e de segurança que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre a Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE) e a licitante, esquematizado na proposta, incluindo sistematização de reuniões e prazos de realização e alteração de peças, fluxos de trabalho, além das demais questões que explicitam o funcionamento deste relacionamento, tais como o trato das informações e segurança;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE), sem ônus adicional, durante a vigência do contrato, bem como dos periódicos assinados disponíveis para a equipe da concorrente;
- g) a existência de equipe dedicada/exclusiva discriminada de forma específica para o trato da comunicação institucional da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE), bem como a definição técnica dos profissionais à disposição nesta condição.

11.3.6 REPERTÓRIO – serão observadas nas propostas das concorrentes:

- a) a ideia criativa e sua adequação e pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver e ao segmento de atuação da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE);
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material, evidenciada pelas dimensões técnicas de produção e construção criativa em cada um dos meios onde estas peças foram inseridas;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;
- d) a exequibilidade das soluções diante das verbas claramente propostas, pela facilidade de implantação e sua relação particular com o impacto desejável junto aos públicos para as quais foram desenvolvidas;
- e) a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas;





ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

11.3.7 RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – serão observadas nas posturas das concorrentes:

- a) a evidência de planejamento publicitário detectada na transformação dos cenários apresentados em novos dados e conclusões estratégicas a partir do briefing proposto pelo cliente;
- b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) a relevância dos resultados apresentados a partir da solução de comunicação apresentada pela licitante e dela derivados;
- d) a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso.

11.4. DA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.4.1 A nota da Proposta Técnica será apurada atribuindo aos quesitos ou subquesitos, no máximo, os seguintes pontos, no total de 100 (cem), distribuídos conforme descritos nos itens a seguir.

11.4.2 Raciocínio Básico: **máximo de 10 (dez) pontos**, da seguinte forma:

<b>a)</b>	Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais da comunicação de utilidade pública da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE).	1,0 (um) ponto
<b>b)</b>	Conhecimento genérico dos serviços prestados pela Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE) em todas as áreas contempladas pelo edital	2,0 (dois) pontos
<b>c)</b>	Adequada compreensão da linha de atuação específica da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE), tanto em sua missão na construção de publicidades educativas, quanto no âmbito da linha de atuação em questão	3,0 (três) pontos
<b>d)</b>	Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação	4,0 (quatro) pontos

11.4.3 Estratégia de Comunicação: **máximo de 20 (vinte) pontos**, da seguinte forma:

<b>a)</b>	a adequação <u>do partido temático</u> e do conceito propostos à natureza e à qualificação das campanhas institucionais da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE) e a seu (s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação,	5,0 (cinco) pontos
-----------	--	--------------------



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

<b>b)</b>	b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa <u>do partido temático</u> e do conceito propostos pela candidata e sua riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação institucional da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE) com seus públicos;	5,0 (cinco) pontos
<b>c)</b>	Desenvolvimento, adequação/pertinência e exequibilidade <u>da estratégia</u> de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação, incluindo as determinações do Planejamento capazes de guiar as diretrizes criativas e de mídia da proposta;	6,0 (seis) pontos
<b>d)</b>	a consistência lógica da argumentação apresentada em defesa <u>da estratégia</u> de comunicação publicitária proposta e sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação, públicos e verba;	4,0 (quatro) pontos

11.4.4 Ideia Criativa: **máximo de 21 (vinte e um) pontos**, da seguinte forma:

<b>a)</b>	Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha propostos em briefing:	6,0 (seis) pontos
<b>b)</b>	Capacidade de síntese da estratégia de comunicação e manejo/adequação da linguagem, demonstrados em sua unidade criativa e qualidade técnica dos exemplos apresentados.	4,0 (quatro) pontos
<b>c)</b>	Cobertura de público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida	4,0 (quatro) pontos
<b>d)</b>	Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas.	7,0 (sete) pontos

11.4.5 Estratégia de Mídia e Não Mídia: **máximo de 14 (quatorze) pontos**, da seguinte forma:

<b>a)</b>	Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação (psicográficos e sócio-demográficos)	3,0 (três) pontos
-----------	---	-------------------



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

<b>b)</b>	Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, bem como da busca de fontes para embasar estes dados;	3,0 (três) pontos
<b>c)</b>	Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa.	4,0 (quatro) pontos
<b>d)</b>	Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, incluídas métricas e rentabilidades mensuráveis	4,0 (quatro) pontos

11.4.6 Capacidade de Atendimento: **máximo de 15 (quinze) pontos**, da seguinte forma:

<b>a)</b>	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura(física e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE).	4,0 (quatro) pontos
<b>b)</b>	sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos quesitos: operacionalidade (fluxo e normas), segurança, presteza no atendimento às solicitações e grau de liberdade conferido à Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE) na escolha de soluções alternativas.	6,0 (seis) pontos
<b>c)</b>	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE), bem como a qualidade da definição técnica especificamente destes profissionais à disposição.	5,0 (cinco) Pontos

11.4.7 Repertório: **máximo de 10 (dez) pontos**, da seguinte forma:



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

<b>a)</b>	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa;	4,0 (quatro) pontos
<b>b)</b>	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0 (dois) pontos
<b>c)</b>	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação educativa e do setor público.	4,0 (quatro) pontos

11.4.8 Relato de Soluções de Problemas de Comunicação: **máximo de 10 (dez) pontos**, da seguinte forma:

<b>a)</b>	A evidência de planejamento publicitário;	2 (dois) pontos
<b>b)</b>	A consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta;	2 (dois) pontos
<b>c)</b>	A relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	3 (três) pontos
<b>d)</b>	Na concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso.	3 (três) pontos

#### 11.5 DA ESCALA DE AVALIAÇÃO

11.5.1 Os números de pontos indicados em cada quesito relacionado nos subitens anteriores serão considerados, como notas máximas, para efeito de atribuição das notas.

11.5.2 A nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais.

11.5.3 Para efeito de aferição da nota de cada quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como pontuação 05 (cinco) NÍVEIS DE NOTAS, de acordo com escala aqui proposta referente à nota máxima de cada quesito ou subquesito:

<b>NÍVEL</b>	<b>CLASSIFICAÇÃO</b>	<b>PONTUAÇÃO DO ITEM</b>
1	Não abordado ou Erroneamente abordado	0% da nota máxima



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

2	Insuficientemente abordado	<b>30% da nota máxima</b>
3	Parcialmente abordado	<b>50% da nota máxima</b>
4	Satisfatoriamente abordado	<b>70% da nota máxima</b>
5	Totalmente abordado	<b>100% da nota máxima</b>

11.5.4 Para efeito de avaliação do itemdo conteúdo de cada quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como referências seguintes conceitos para cada um dos níveis de avaliação:

<b>CLASSIFICAÇÃO</b>	<b>REFERÊNCIA DE AVALIAÇÃO</b>
<b>Não abordado ou Erroneamente abordado</b>	Quando a proposta não contempla e/ou contempla de forma errônea ou inadequada os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital para o aspecto para ser avaliado, contendo grandes desvios e/ou erros grosseiros, e pouco compatíveis com o critério.
<b>Insuficientemente abordado</b>	Quando a proposta contempla de forma insuficiente (claramente incompleta) os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital para o aspecto a ser avaliado, com pequenos e não relevantes desvios do solicitado.
<b>Parcialmente abordado</b>	Quando a proposta contempla alguns aspectos relevantes do quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.
<b>Satisfatoriamente abordado</b>	Quando a proposta contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica.
<b>Totalmente abordado</b>	Quando a proposta contempla integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e, apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério.

11.5.5 A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Subcomissão Técnica, a qual deverá elaborar ata de julgamento dos quesitos e subquesitos da proposta técnica, bem como de planilhas com as pontuações e respectiva justificativa escrita das razões que fundamentaram tais



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

pontuações em cada caso, de acordo com os incisos IV, V e VI do § 4o da Lei nº 12.232/2010.

11.5.6 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima atribuída à cada candidata no quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das avaliações, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

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

#### 11.6 DA DESCLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

11.6.1 Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do edital, do Termo de Referência e de seus anexos;
- b) não alcançar, somadas todas as etapas, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;
- c) obtiver pontuação 0,00 (zero) em quaisquer dos quesitos.

#### 11.7 DA ESCALA DE CLASSIFICAÇÃO TÉCNICA

11.7.1 As propostas técnicas serão classificadas pela ordem decrescente de pontuação, considerando o somatório de pontos atribuídos aos quesitos, respeitado o mínimo de 50 (cinquenta) pontos para classificação.

### 12. PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

12.1 DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS – Depois de verificado o cumprimento das disposições do edital, a Comissão Permanente de Licitação procederá à avaliação dos itens de cada proposta de preço, conjuntamente, de acordo com os critérios estabelecidos na tabela a seguir:

ITEM	DESCONTO	NOTA
01	Desconto (em percentual) a ser concedido à Assembleia Legislativa de Alagoas (ALE), sobre os CUSTOS INTERNOS, baseados na tabela de preços da Associação Brasileira das Agências de Publicidade, Capítulo Alagoas	•Desconto inferior a 40%: Nota = 0,00  •Desconto igual ou superior a



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

	Percentual mínimo: 40%	40%: Nota = 0,8x Desconto
02	Honorários (em percentual) a serem cobrados Assembleia Legislativa de Alagoas (ALE), incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada.  Percentual máximo: 7%	•Honorário superior a 7%: Nota = 0,00  •Honorário igual ou inferior a 7%  Nota = 4 x (15– honorário)

12.2. A nota de cada proposta de preços será obtida mediante o somatório das notas dos itens 1 e 2 da tabela constante do subitem 16.1, sendo considerada como proposta de menor preço aquela que obtiver o maior somatório das notas de preços dos itens 1 e 2 da tabela mencionada.

12.2.1 As propostas comerciais serão classificadas pela ordem crescente de preços propostos, representados pelo somatório das notas atribuídas aos itens da tabela indicada anteriormente, sendo a nota máxima permitida neste item de 100 (cem pontos), para fins de paridade com nota técnica do certame.

I. As propostas de preço cuja pontuação calculada exceda os 100 (cem) pontos, serão consideradas para efeito de cálculo da nota final dentro do máximo permitido para este critério (100 pontos), sem prejuízo dos descontos concedidos à realização do contrato.

12.2.2 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver quaisquer itens condicionantes para a entrega dos serviços.

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

12.2.4 As propostas de preço que apresentarem descontos sobre os custos internos baseados na tabela de preços da Associação Brasileira das Agências de Publicidade (ABAP) Capítulo Alagoas, inferiores a 40% (quarenta por cento), serão DESCLASSIFICADAS.



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

12.2.5 As propostas de preço que apresentarem honorários superiores a 7%, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada, serão DESCLASSIFICADAS.

12.2.6 Serão desclassificadas as propostas que deixarem de apresentar documentos ou apresentá-los em desacordo com as normas deste Edital, bem como as com preços manifestamente inexequíveis, observando-se o disposto no artigo 48 da Lei nº 8.666/93.

12.2.7 Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios, ou de valor zero, ou incompatíveis com os preços de mercado, observado o disposto no § 3º do art. 44 da Lei nº 8.666/93.

### **13. JULGAMENTO FINAL**

---

13.1 A classificação das propostas será feita de acordo com a média ponderada das valorizações das propostas técnicas e de preço, de acordo com os pesos estabelecidos neste edital, mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$\text{Nota Final} = (\text{Nota técnica} \times 0,70) + (\text{Nota de preços} \times 0,30)$$

13.2 A classificação das propostas será feita em ordem decrescente considerando os valores das Notas Finais.

### **14. DAS CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DO OBJETO**

---

14.1 No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, as contratadas deverão comprovar manter sede, escritório ou sucursal em Maceió.

14.2 No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, as contratadas deverão comprovar que possuem em Maceió estrutura de atendimento compatível com os serviços a serem prestados à CONTRATANTE, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:

- a) 02 (dois) na área de atendimento -sendo 01 (um) exclusivo para atendimento Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE);
- b) 01 (um) na área de criação;
- c) 01 (um) nas áreas de produção impressa e eletrônica;

14.3 Os serviços deverão ser executados e entregues, conforme venham a ser solicitados pela Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE), no prazo estabelecido na Ordem de Execução de Serviços, a contar da emissão da mesma.

14.4 Todos os serviços a serem prestados pela Contratada deverão ser precedidos da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, o qual, após aprovação da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE)gerará a expedição





ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

de Ordem de Execução de Serviços (AUTORIZAÇÃO DE PRODUÇÃO/VEICULAÇÃO), conforme modelo definido pela Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE), onde constarão as especificações dos serviços, os preços (planilhas de custos/orçamento) e os prazos de execução, devendo o valor de cada um dos serviços ser orçado em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, à sua compatibilidade com os preços de mercado, sob pena de responsabilidade civil.

14.5 Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de produção/veiculação, cópias das faturas e duplicatas quitadas, emitidas pelos fornecedores.

14.6 Os serviços serão executados pela Contratada com o fornecimento de toda mão-de-obra, materiais, equipamentos e demais despesas necessárias à execução do objeto, sendo permitida a subcontratação parcial dos SERVIÇOS COMPLEMENTARES necessários ao cumprimento do objeto licitado, desde que previamente submetida à anuência da Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE), ficando as Contratadas responsáveis pela integral execução da subcontratação, arcando integralmente com os encargos de qualquer natureza dela decorrentes.

14.7 Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer aos contratados bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010.

14.7.1 O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no subitem anterior exigirá sempre a apresentação pelas contratadas ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

14.7.2 No caso do subitem anterior, as contratadas procederão à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global do contrato.

14.7.3 O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto no subitem anterior.

14.8 As informações sobre a execução do contrato serão divulgadas no Portal da Transparência, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

14.9 As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

14.10 A agência contratada deverá, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

14.11 Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços (arte, fotolito, VT, filmes, etc.), inclusive fotos compradas para uso em outdoor ou peça gráfica, ficarão sob a guarda da(s) Contratada(s), mas disponíveis a qualquer tempo para a Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE) que poderá a seu critério, requisitar cópias dos originais para comprovação da prestação dos serviços e arquivo próprio vedado à transferência a agentes de qualquer espécie ou uso, além das finalidades solicitadas em plano de campanha específica.

14.12 Quanto aos DIREITOS AUTORAIS, serão observadas as seguintes disposições:

- a) AS CONTRATADAS cedem à CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças (material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, CDs, composições, arranjos, execução de trilha sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras modalidades de publicidade existentes ou que venham a ser inventadas de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato.
- b) A cessão de que trata a alínea anterior “a)” será por tempo indeterminado, ficando vedada à CONTRATADA a cobrança de qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.
- c) A CONTRATANTE poderá, a seu critério, utilizar os direitos cedidos, diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato, ou após o prazo de vigência, inclusive em caso de rescisão, não cabendo à CONTRATADA qualquer espécie de remuneração.
- d) A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE), sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.
- e) Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.
- f) Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.
- g) A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão,



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nas alíneas seguintes “h)” e “i)”.

- h) Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.
- i) Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

#### **15. DAS CONDIÇÕES DE RECEBIMENTO DO OBJETO**

---

15.1 O pagamento será efetuado pela CONTRATANTE, através de depósito bancário, em conta corrente da CONTRATADA e, se houver, de sua respectiva SUBCONTRATADA, conforme prevê a letra “I” da Cláusula Décima, em até 10 (dez) dias úteis do mês seguinte ao da prestação do serviço, ficando condicionado a execução dos serviços e terá as parcelas apuradas mensalmente que corresponderão aos serviços atestados efetivamente no período de cada mês civil, mediante a apresentação da Nota Fiscal/Fatura, e atesto do gestor técnico da contratação, designado pela CONTRATANTE;

15.2 O pagamento à CONTRATADA corresponderá, apenas, ao valor da parte que lhe cabe diretamente, ou seja: custos internos, referentes à criação e finalização de peças publicitárias; honorários, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros (subcontratados) e desconto padrão de agência, calculado sobre o valor bruto dos serviços de veiculação, cujo valor corresponde ao desconto concedido pelos veículos de mídia ao anunciante/contratante, a título de remunerar as agências de publicidade e propaganda pela criação/produção de conteúdo e intermediação, conforme preceitua as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP -Conselho Executivo das Normas;

15.3 O pagamento a(s) SUBCONTRATADA(s), corresponderá ao valor dos serviços e/ou produtos por ela(s) fornecidos e, no caso de mídia, veiculados;

15.4 Devem ainda ser observadas por parte da CONTRATANTE as seguintes recomendações, no que se refere ao pagamento da CONTRATADA e, no que couber, de sua(s) respectiva(s) SUBCONTRATADA(S):



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

- a) Caso a Nota Fiscal/Fatura seja apresentada após o prazo constante desta cláusula, esta será paga em até 10 (dez) dias a contar de sua apresentação;
- b) Caso ocorra erro ou omissão na fatura ou outra circunstância que desaconselhe o seu pagamento, a CONTRATADA deverá substituí-la, devendo o prazo para pagamento tanto à CONTRATADA como a(s) sua(s) respectiva(s) subcontratada(s), passar a ser contado da data de apresentação, pela CONTRATADA, da nova fatura, nos termos do subitem anterior;
- c) A devolução da Fatura não aprovada pela CONTRATANTE, por conter incorreções, não poderá servir de pretexto para que a CONTRATADA suspenda a execução dos serviços;
- d) As faturas deverão ser entregues na Assembleia Legislativa de Alagoas (ALE) sob o protocolo, até o 5º (quinto) dia útil do mês seguinte ao da prestação dos serviços faturados, devidamente acompanhadas de cópia de comprovantes de quitação das obrigações patronais referentes ao mês anterior da prestação dos serviços faturados. Após análise técnica feita pelo gestor da contratação sobre os serviços realizados, que, se aprovadas, as referidas faturas serão atestadas e enviadas ao setor financeiro da CONTRATANTE, para análise fiscal e posterior pagamento;
- e) Serão descontados, mensalmente, da fatura os valores decorrentes de indenizações ou de multas eventualmente registradas;
- f) A CONTRATANTE poderá sustar o pagamento de qualquer Nota Fiscal/Fatura, no todo ou em parte, caso seja constatado que a CONTRATADA não cumpriu quaisquer das obrigações contratuais assumidas;
- g) Os períodos de atraso por culpa da CONTRATADA e aqueles decorrentes de atrasos nos pagamentos, motivados pela não aprovação dos documentos de cobrança devido a incorreções por parte da CONTRATADA, não serão computados para efeito de atualização monetária de preços;
- h) O pagamento fica condicionado à comprovação da regularidade fiscal da CONTRATADA e, no que couber, de suas respectivas SUBCONTRATADAS, devendo estas apresentarem, antes de cada pagamento, certidão negativa de débitos, dentro do prazo de validade, junto às Fazendas Públicas Federal, Estadual e Municipal, FGTS e CND Trabalhista, sob pena de suspensão de pagamento;
- i) Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:
- i.1) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseados na tabela de custos internos da Associação Brasileira das Agências de Publicidade (ABAP) capítulo Alagoas, conforme a proposta apresentada;
- i.2) Honorários (em percentual) de até 7% (sete por cento), de acordo com o constante da proposta de preços da CONTRATADA, a serem cobrados da CONTRATANTE,



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros;

i.3) A CONTRATADA emitirá fatura contra a CONTRATANTE, referente ao desconto padrão de agência, calculado sobre o valor **bruto dos serviços de veiculação, cujo valor corresponde ao desconto concedido** pelos veículos de mídia (subcontratada) ao anunciante/contratante, a título de remunerar as agências de publicidade e propaganda pela criação/produção de conteúdo e intermediação, conforme preceitua as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP -Conselho Executivo das Normas;

j) A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência, quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato;

k) Sobre o valor das faturas de serviços de veiculação que tenham sido contemplados com “desconto de agência” não incidirão os honorários sobre os serviços e suprimentos externos contratados;

l) A CONTRATADA reverterá à CONTRATANTE parcela do “desconto padrão de agência” a que fizerem jus, no percentual máximo de cada faixa (2%, 3% ou 5%, conforme o caso), indicada no ANEXO “B” – SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS / BENEFÍCIOS, constante das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, emitida pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão, com base no investimento bruto anual em mídia;

m) Na execução do contrato, a CONTRATANTE deverá negociar com a CONTRATADA, a obtenção de percentual de reversão superior aos percentuais fixados no subitem anterior, com vistas a obter condições mais vantajosas para a Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas (ALE), sendo obrigatória a comprovação documental, de que referida negociação foi realizada;

n) Os honorários sobre os custos comprovados dos serviços autorizados e executados por terceiros não deverão incidir sobre os tributos que forem adicionados aos preços desses serviços;

o) Na reutilização de peças publicitárias por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o cachê original a ser pago pela CONTRATANTE a atores, modelos e locutores, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será de no máximo 50% (cinquenta por cento);

p) Na reutilização de peças publicitárias por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o valor dos direitos autorais de obras consagradas incorporadas a peças publicitárias a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores desses direitos será de no máximo 50% (cinquenta por cento).



ESTADO DE ALAGOAS  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA ESTADUAL  
**Divisão de Licitações**

**16. DOS ANEXOS**

---

16.1 Constituem anexos deste Termo de Referência, dele fazendo parte integrante, o Briefing, o Modelo de Proposta de Preços e a Tabela Associação Brasileira das Agências de Publicidade (ABAP) Capítulo Alagoas.