



DEPARTAMENTO CENTRAL DE AQUISIÇÕES

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE ALAGOAS

CONCORRÊNCIA Nº 001/2021
TIPO “TÉCNICA E PREÇO”

Regida pela Lei nº 5.237/1991, Lei nº 8.666/93, pela Lei Complementar nº 123/2006, pela Lei nº 12.232/2010, pela Lei 4.680/1965, pelo Decreto estadual nº 4054/08 e pelo Ato Normativo nº 48, de 12 de agosto de 2019.

Objeto

Contratação de agência de publicidade e propaganda para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão de execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação referentes às atividades do Poder Judiciário de Alagoas, com base na Tabela Referencial de Custos Internos da ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade – Alagoas (Anexo VIII)..

SESSÃO PÚBLICA DE ABERTURA DO CERTAME

Data: 17 de maio de 2022.

Horário: 9 h (horário local)

LOCAL: Auditório do Pleno Desembargador Gerson Omena Bezerra, situado na Praça Marechal Deodoro da Fonseca, 1º andar, Anexo II ao Prédio-Sede deste Tribunal, Centro, Maceió/AL.

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Tribunal de Justiça de Alagoas, Edifício Anexo I, 1º andar, Sala 12. Praça Marechal Deodoro,
Maceió – AL, CEP 57020-919. Telefone: (82) 4009-3277
E-mail: licitacao@tjal.jus.br



EPARTAMENTO CENTRAL DE AQUISIÇÕES

EDITAL

PROCESSO Nº 2021/6916

CONCORRÊNCIA Nº 001/2021

O TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE ALAGOAS, através da Comissão Permanente de Licitação, instituída pela Portaria nº 378, 09 de fevereiro de 2021, torna público, que estará reunida na data e local abaixo discriminados, para receber, abrir e analisar os envelopes com documentação e proposta dos interessados em participar da licitação, na modalidade **CONCORRÊNCIA, do tipo Técnica e Preço**, em conformidade com a Lei nº 5.237/1991, Lei nº 8.666/93, Lei Complementar nº 123/2006, Lei nº 12.232/2010, Lei 4.680/1965, Decreto estadual nº 4054/08 e Ato Normativo nº 48, de 12 de agosto de 2019, bem como demais exigências deste Edital e seus anexos.

RECEBIMENTO E ABERTURA DOS ENVELOPES

DATA: 17 de maio de 2022

HORÁRIO: 9 h (horário local)

LOCAL DAS REUNIÕES: Auditório do Pleno Desembargador Gerson Omena Bezerra, situado na Praça Marechal Deodoro da Fonseca, 1º andar, Anexo II ao Prédio-Sede deste Tribunal, Centro, Maceió/AL.

1.0 DO OBJETO

1.1 Contratação de agência de publicidade e propaganda para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão de execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação referentes às atividades do Poder Judiciário de Alagoas, com base na Tabela Referencial de Custos Internos da ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade – Alagoas (Anexo VIII).

1.2 ESPECIFICAÇÕES DO OBJETO E VALOR DA LICITAÇÃO

1.2.1. 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.

1.2.2. 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 à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;
- c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.

1.2.3. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos **no subitem 1.2.2, “b”**, terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas, 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.

1.2.4. 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.

1.2.5. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado **no subitem 1.2.4**, 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.

1.2.6. Para a prestação de serviços será contratada uma Agência de Propaganda, doravante denominada AGÊNCIA, que tenha suas atividades disciplinadas pela Lei 4.680/65 e que tenha obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei 12.232/2010.

1.2.7. A Agência atuará de acordo com solicitação do Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas.

1.2.8. A Agência atuará por conta e ordem do Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares a que se refere **o subitem 1.2.1**, e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias.

1.2.9. A Agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto desta licitação.

1.2.10. O Poder Judiciário de Alagoas poderá investir em publicidade, por meio da agência vencedora da licitação, **até R\$ 950.000,00** (novecentos e cinquenta mil reais), no período de vigência do contrato.

1.2.11. O Poder Judiciário de Alagoas somente pagará os serviços efetivamente realizados, não estando obrigado a investir o total de recursos estabelecido **no subitem 1.2.10** e sua decisão não gerará à agência vencedora da licitação a garantia ou o direito de requerer indenização por quaisquer perdas e danos.

1.2.12. O pagamento da Administração à agência contratada, pelos serviços prestados na etapa de criação tomará como parâmetro os custos internos (criação) constantes do Anexo VIII, definidos com base na Tabela Referencial de Custos Internos da ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade – Alagoas, edição vigente.

1.2.13. O Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas pagará a agência contratada honorários de até 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços especializados referentes a atividades complementares tomadas junto a fornecedores. Quando a responsabilidade da agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento dos serviços especializados, a Administração pagará honorários de até 5% (cinco por cento), tudo em observância aos regramentos do Conselho Executivo de Normas Padrão da Atividade Publicitária.

1.2.14. A agência contratada é responsável pelos custos de criação, mas intermediadora da contratação de serviços complementares, como produção e veiculação, conforme parágrafo 1º, do art. 2º da Lei 12.232/2010.

2.0 DAS DISPOSIÇÕES INICIAIS

2.1 Pedidos de esclarecimentos ou questionamentos sobre o conteúdo do edital e de seus anexos deverão ser dirigidos à Presidente da Comissão, devendo ser encaminhados até 03 (três) dias úteis que antecederem à data de recebimento dos envelopes e credenciamento, por meio do fax nº (0xx82) 4009-3951/4009-3962 ou correspondência dirigida à Comissão, no seguinte endereço: Departamento Central de Aquisições, Praça Marechal Deodoro da Fonseca, nº 319, 1º andar, Centro, Maceió/AL – CEP: 57.020-919, e, ainda, para o e-mail: licitacao@tjal.jus.br, com a devida qualificação do solicitante.

2.1.1 A Comissão responderá às consultas divulgando o seu teor e os das respectivas respostas a todos os interessados que tenham retirado o Edital no e-mail supracitado. As respostas às consultas tempestivamente formuladas integram o Edital, quando divulgadas na forma retrocitada.

2.2 Antes do recebimento da Documentação de Habilitação e das Propostas, este edital poderá ser alterado por razões de interesse público ou por exigência legal. Em qualquer caso, se a modificação a ser realizada afetar a formulação dos Documentos de Habilitação e das Propostas, por intermédio da Comissão, fará publicar, no Diário Oficial do Estado e nos demais meios pelos quais se deu a publicação original, aviso de alteração do edital, fixando nova data para apresentação dos referidos Documentos e Propostas, com prazo não inferior a 45 (quarenta e cinco) dias.

2.3 O Contratante se reserva no direito de revogar a licitação, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal decisão, devendo anulá-la diante de ilegalidade, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, dando ciência aos interessados por meio de publicação no Diário Oficial do Estado.

2.3.1 Eventual recurso contra o ato de revogação ou anulação da licitação observará o disposto no artigo 109, inciso I, § 4º, da Lei nº 8.666/93.

2.4 Para efeito de contagem dos prazos estabelecidos neste edital, exclui-se o dia do início e inclui-se o do vencimento. Os prazos têm início e término em dia útil.

2.5 Não havendo expediente no dia marcado para a abertura dos envelopes, ficará a reunião adiada

para o primeiro dia útil subsequente, à mesma hora e no mesmo local, salvo manifestação em contrário.

3.0 DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

3.1 Não poderá participar desta Concorrência a licitante que se enquadrar em qualquer das seguintes situações, conforme disposto no subitem 6.2 “b” do Termo de Referência:

- a) cuja falência haja sido decretada ou que esteja em regime de concordata, dissolução, liquidação, concurso de credores ou recuperação judicial ou extrajudicial;
- b) cujo dirigente seja funcionário e/ou prestador de serviços do Poder Judiciário de Alagoas;
- c) formada por consórcio, qualquer que seja sua forma de constituição;
- d) A participação de licitante com mais de uma proposta.
- e) Punido nos termos dos incisos III e IV do artigo 87 da Lei n.º 8.666/93.

3.2 Poderão participar da licitação agências de publicidade legalmente estabelecidas no País, devendo a contratada durante o período de execução contratual manter na Capital do Estado de Alagoas escritório para atendimento e criação, operando nos termos de legislações, decretos e regulamentações federais pertinentes à atividade.

3.3 Poderão participar da licitação as agências integrantes de um mesmo grupo – assim entendidas, para efeito deste instrumento, aquelas que tenham diretores ou sócios em comum, conforme disposto no subitem 6.5 do Termo de Referência.

3.4 Considerar-se-á como representante credenciado da licitante pessoa capaz designada, mediante contrato, procuração ou documento equivalente, para falar e atuar em seu nome durante a reunião de abertura dos envelopes, seja referente à documentação ou à proposta.

3.4.1 Entende-se por documento credencial:

a) estatuto/contrato social, quando a pessoa credenciada for sócia, proprietária, dirigente ou assemelhada da empresa licitante, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura;

b) procuração por instrumento público ou, no caso de instrumento particular, com firma reconhecida acompanhada de cópia autenticada ou apresentação do original da cédula de identidade do outorgado, e também apresentação de documento do outorgante onde se possa verificar sua qualidade de representante legal da empresa, sociedade, associação, ou empresa individual, na forma da letra anterior.

3.5 Cada credenciado poderá representar apenas uma licitante.

3.6 O documento credencial deverá ser apresentado à Comissão no início dos trabalhos, isto é, antes da abertura dos envelopes de Documentação, ou quando a mesma o exigir; será retido pela Comissão e juntado ao processo licitatório.

3.7 A não apresentação do credenciamento da empresa na forma supracitada impedirá o seu representante de se manifestar e responder em seu nome, facultando-se-lhe, no entanto, o acompanhamento das reuniões.

3.8 Os envelopes contendo as Propostas das licitantes inabilitadas ficarão à disposição das mesmas pelo período de 10 (dez) dias úteis, contados do encerramento da licitação (transcorrido o prazo regulamentar para interposição de recurso contra o resultado da licitação ou, se for o caso, quando denegados os recursos interpostos), após o que serão destruídos pela Comissão.

ATENÇÃO

3.9 Em se tratando de microempresa ou empresa de pequeno porte, nos termos da Lei Complementar nº 123/2006, para que essa possa gozar dos benefícios previstos na referida Lei, é necessário, à época do credenciamento, apresentar Certidão da Junta Comercial, a fim de comprovar o enquadramento como microempresa (ME) ou empresa de pequeno porte (EPP), nos termos do art. 8º da INSTRUÇÃO NORMATIVA DNRC - Departamento Nacional de Registro do Comércio, Nº 103, de 30 de abril de 2007.

3.9.1 Caso não haja a comprovação de enquadramento acima referido, as Proponentes poderão participar do procedimento licitatório, sem direito, entretanto, à fruição dos benefícios previstos na Lei Complementar nº 123/2006.

3.10 Os documentos exigidos no credenciamento deverão ser apresentados fora dos envelopes.

4.0. DA IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

4.1 É facultado a qualquer cidadão impugnar, por escrito, os termos do presente edital, até 5 (cinco) dias úteis antes da data fixada para a abertura dos envelopes de habilitação (documentação), devendo a Administração, por intermédio da Comissão, julgar e notificar o impugnante da decisão, em até 3 (três) dias úteis.

4.2 Eventuais impugnações do edital, por parte das empresas licitantes, deverão ser dirigidas à Presidente da Comissão, por escrito, e entregues, diretamente ou por via postal, no Protocolo deste Tribunal, do Anexo II ao Prédio Sede, localizado na Praça Marechal Deodoro da Fonseca,

nº 319, Centro, Maceió-AL. CEP: 57020-440, até o segundo dia útil que anteceder a abertura dos envelopes de habilitação, devendo conter, necessariamente:

- a) identificação e qualificação do impugnante;
- b) data, nome e assinatura do signatário, explicitando-se o cargo, quando se tratar de representante legal da pessoa jurídica, exigindo-se, na hipótese de procurador, procuração com poderes específicos, outorgada na forma da lei;
- c) objeto da impugnação, com a indicação clara dos itens impugnados;
- d) fundamentação do pedido.

4.3 Decairá do direito de impugnar os termos deste edital a empresa licitante que não o fizer até o segundo dia útil que anteceder a abertura dos envelopes de Documentação de Habilitação e de Propostas, hipótese em que a comunicação respectiva não terá efeito de recurso.

4.4 Acolhida a impugnação, a Comissão divulgará Aviso de Alteração de Edital no Diário Oficial do Estado e nos demais meios pelos quais se deu a publicação original, informando as partes do Edital que foram alteradas e, caso a alteração implique a reformulação da Documentação de Habilitação e das Propostas, será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para a apresentação desses documentos.

4.5 O não oferecimento, no prazo legal, de impugnação ao Edital e a subsequente entrega dos envelopes, levam a pressupor que a empresa licitante tem dele pleno conhecimento e que o aceita, incondicionalmente, vedadas alegações posteriores de desconhecimento ou discordância de suas cláusulas ou condições, bem como das normas regulamentares pertinentes.

5.0 APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES E CARTA DE CREDENCIAMENTO

5.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão acondicionada em três invólucros distintos, conforme subitem 5.2, 5.3 e 5.4, e a Proposta de Preço, no invólucro nº 4, conforme subitem 5.5, na data, hora e local indicados no tópico “Reunião de Licitação” do preâmbulo deste instrumento.

5.1.1 O invólucro nº 1 será padronizado e fornecido pelo Tribunal de Justiça do Estado Alagoas mediante solicitação formal da licitante à Comissão pelo e-mail **licitacao@tjal.jus.br** ou de segunda a sexta-feira, das 8h30 às 12h ou das 14h30 às 17h, no endereço **Tribunal de Justiça de Alagoas, Edifício Anexo I, 1º andar, Departamento Central de Aquisições – Praça Marechal Deodoro, Maceió-AL, CEP 57020-919**

5.1.1.1. O invólucro nº 1 deverá ser retirado por portador da empresa munido de solicitação formal do edital, por meio de documento constando os seguintes dados: nome empresarial, CNPJ, endereço, telefone e e-mail.

5.1.2. Os invólucros nº 2, nº 3 e nº 4, serão providenciados pela licitante e deverão ser adequados às características de seu conteúdo, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam até sua abertura.

ATENÇÃO: O invólucro nº 5, contendo os Documentos de Habilitação, deverá ser entregue em sessão pública específica, **nos termos do item 9.**

INVÓLUCRO Nº 1

5.2. No invólucro nº 1, invólucro padronizado fornecido pelo Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que trata o **subitem 6.2, caput e inciso II, “a”**.

5.2.1. O invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

5.2.2. Para preservar, até a abertura do invólucro nº 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária – VIA NÃO IDENTIFICADA, o invólucro nº 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 nº 2;
- II. Estar danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

ATENÇÃO: Recomenda-se cuidado no manuseio do invólucro nº 1, a fim de evitar que qualquer dano ou deformação venha a gerar, **nos termos do subitem 11.8.2.**, o impedimento em participar desta licitação.

INVÓLUCRO Nº 2

5.3. No invólucro nº 2, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o **subitem 5.2.**, caput e inciso II, “b”.

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

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO Nº 2
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA
PODER JUDICIÁRIO DE ALAGOAS
CONCORRÊNCIA Nº 001/2021
EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)
CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

INVÓLUCRO Nº 3

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

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

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO Nº 3
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE
PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
PODER JUDICIÁRIO DE ALAGOAS
CONCORRÊNCIA Nº 001/2021
EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)
CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

O invólucro nº 3, assim como os cadernos específicos, documentos e informações que o compõem, não poderá 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 nº 2.

INVÓLUCRO Nº 4

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

PROPOSTA DE PREÇO – INVÓLUCRO Nº 4
PODER JUDICIÁRIO DE ALAGOAS
CONCORRÊNCIA Nº 001/2021
EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)
CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

6.0 DA PROPOSTA TÉCNICA

6.1 – A Proposta Técnica será composta de um plano de comunicação publicitária, elaborado com base no *briefing* fornecido pela Diretoria de Comunicação (**Anexo I**), e de um conjunto de informações referentes à licitante. A proposta deverá ser 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, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no briefing – **Anexo I** e nas orientações deste instrumento, observadas especialmente as seguintes previsões:

I – formatação realizada conforme subitens **6.2.5. a 6.2.9.**;

II – elaboração em 2 (duas) vias, **quais sejam:**

a) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

a.1. 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 no 2.

b) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

b.1. 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 materiais da Ideia 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 subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas, 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 subquesito 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 subquesito 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 materiais 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.

6.2.3.1.1. A relação deverá indicar as peças e/ou material que foram corporificados nos termos do **subitem 6.2.3.2.**

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

I. Ser 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 da característica da peça e/ou material, observadas as seguintes regras:

- a) cada redução e/ou variação de formato será considerada 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 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.

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

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

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

6.2.3.2.4. 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 materiais a que se refere o subitem 6.2.3.1.

6.2.3.2.5. Os storyboard 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.

6.2.3.2.6. Os exemplos de peças e/ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequem às dimensões do invólucro nº 1.

6.2.3.2.6.1. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

6.2.3.2.6.2. 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 sub quesito 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 materiais 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;

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

6.2.4.2. 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 repasse da parte do 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.

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 A4 branco, 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 de páginas em fonte “arial”, cor “preto automático”, tamanho “12 pontos”;

IX – numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos.

6.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e/ou materiais prevista no **subitem 6.2.3.1.** estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e a contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.

6.2.6.1. Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

6.2.7. Os exemplos de peças e/ou materiais integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados:

I. separadamente (soltas) do caderno de que trata o subitem **6.2.5.;**

II. adequados às dimensões do invólucro nº 1, cabendo à licitante observar o disposto **no subitem 5.2.2, II;**

6.2.8. As tabelas e os 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 apresentados em papel A3 dobrado, que será considerado 2 (duas) páginas para efeito do **subitem 6.2.6.**

6.2.9. As tabelas, os gráficos e as planilhas integrantes dos 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.

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

6.3. A Capacidade de Atendimento da licitante deverá ser constituída por caderno específico composto de 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 instrumento, admitida sua substituição por

profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia do Poder Judiciário de Alagoas.

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 do 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 do Poder Judiciário de Alagoas, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

6.3.1. Os documentos e as 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, rubricadas e assinadas 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 materiais 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 materiais**, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

I – as peças e/ou materiais devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos **a partir de 1º de janeiro de 2009**;

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

III – as peças gráfica 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 materiais não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que o Poder Judiciário de Alagoas seja ou tenha sido signatário;

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, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos;

VI – edição em papel A4 ou A3, 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 previsto 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 de 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 esse 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 8.3., 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, 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação, planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

6.5.1. As propostas de que trata o subitem 6.5. devem ter recebido autorização para sua produção ou ter sido veiculadas **a partir de 1º de janeiro de 2009.**

6.5.2. A apresentação de apenas 1(um) relato no caderno específico implica, para esse quesito, pontuação máxima equivalente à metade da pontuação máxima prevista no **subitem 8.3., IV.**

6.5.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que o Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas seja ou tenha sido signatário.

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 apresentadas separadamente (soltas);

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:

a) 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 as 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 seu atos constitutivos.

6.5.5.1. Qualquer página com os documentos e as 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.**

7.0 ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

7.1. A Proposta de preço deverá ser elaborada informando o percentual de honorário incidente sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material, assim à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, com consonância com novas tecnologias, e o desconto a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos da Associação Brasileira de Agências de Publicidade (ABAP) – 2021, nos termos do art. 11 da Lei 4.680/65, observando-se ainda que:

I - não será aceito percentual de honorários superior a **15% (quinze por cento)** e **nem abaixo de 10% (dez por cento)** sobre **serviços externos de produção**;

II – não será aceito desconto superior a **40% (quarenta por cento)** sobre a Tabela Referencial de Custos Internos da Associação Brasileira de Agências de Publicidade (ABAP).

III – não será aceito honorário com desconto superior a **10% (dez por cento)** e nem abaixo de **5% (cinco por cento)** sobre os custos comprovados de serviços especializados realizados por

terceiros, sob supervisão da agência, quando a responsabilidade desta se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento desses serviços ou suprimentos

IV – Os honorários incidentes sobre serviços de pesquisas de pré-testes e pós-testes sobre campanhas e peças publicitárias desenvolvidas pela agência acompanharão a disposição do item 7.1., I acima.

V – se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

VI – Os percentuais de descontos e honorários propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;

VII – Os percentuais de descontos e honorários 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.);

VIII – os honorários propostos deverão observar o item 14;

X– 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 ao Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas as vantagens obtidas;

b) informando estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na minuta de contrato.

7.2. A Proposta de Preço poderá adotar o modelo sugerido (**Anexo II**) e deverá ser:

I. datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos;

II. 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 a de menor preço aquela que receber melhor pontuação**, referente à concessão de percentual de honorários sobre produção externa e de percentual de descontos sobre a Tabela Referencial de Custos Internos da Associação Brasileira de Agências de Publicidade (ABAP).

7.2.3. O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias, a contar da data de abertura da Reunião de Licitação, indicada na epígrafe deste Edital.

8.0 - JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

8.1. 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 estabelecido **o peso 0,70 para a Proposta Técnica e o peso 0,30 para a Proposta de Preço.**

8.2. O julgamento das Propostas Técnicas será realizado pela Subcomissão Técnica, prevista **no item 10**, que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela licitante:

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

a) Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão sobre:

- I. Conhecimento das características gerais do Poder Judiciário de Alagoas
- II. Conhecimento genérico dos serviços prestados pelo Poder Judiciário de Alagoas
- III. Adequada compreensão da linha de atuação específica do Poder Judiciário de Alagoas, da natureza, da extensão e da qualidade das relações de Comunicação do Poder Judiciário de Alagoas com seus públicos
- IV. Acuidade de compreensão do papel da Comunicação do Poder Judiciário de Alagoas no atual contexto social, político e econômico
- V. O desafio de comunicação
- VI. As necessidades de comunicação do Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas para enfrentar o desafio de comunicação.

b) Estratégia de Comunicação Publicitária

- I. Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Poder Judiciário de Alagoas 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 do Poder Judiciário de Alagoas com seus públicos;
- IV. Adequação e exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação;
- V. Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- VI. Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação do Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seu público, os objetivos geral e específicos de comunicação e a verba disponível.

c) Ideia Criativa

- 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 do Poder Judiciário de Alagoas, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- VIII. Desdobramentos comunicativos que enseja conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados;
- IX. Exequibilidade das peças e/ou materiais;
- X. Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou nos materiais aos meios e aos públicos propostos.

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia

- 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 dos materiais em relação aos dois subitens anteriores (8.2, I, d, "I" e "II");
- IV. Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou materiais;
- V. Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

- 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 do Poder Judiciário de Alagoas;
- d) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

e) Operacionalidade do relacionamento entre o Poder Judiciário de Alagoas e a licitante, esquematizado na proposta;

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

III – REPERTÓRIO

a) Ideia Criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs 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

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.

8.3. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de **100 (cem) pontos** e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesito e subquesito:

I – Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)
a) Raciocínio Básico: 5 (cinco)
b) Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)
c) Ideia criativa: 25 (vinte e cinco)
d)Estratégia de Mídia e Não Mídia – 15 (quinze)
II – Capacidade de Atendimento: 15 (quinze)
III – Repertório: 10 (dez)
IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez)

8.3.1. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no item 8.3., **obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.**

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

8.3.3. 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, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

8.3.3.1 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito 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 ao subquesito reavaliado, a qual será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

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

8.4. Será desclassificada a licitante que:

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

II – obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos de sua Proposta Técnica;

III – não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;

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

8.5. Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota, observadas as condições mínimas indicadas no subitem 8.4., II e III.

8.6. 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.

8.6.1. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 11.9., ou em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

8.7. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas Técnicas a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica.

JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

8.8. Na sessão pública designada pela Comissão de Licitações serão abertos os Invólucros nº 4 – Proposta Comercial que serão rubricados pela Comissão de Licitação e pelas agências presentes.

8.8.1. Uma vez classificadas as Propostas Comerciais, será composto o preço de referência através da fixação dos menores custos de todas as propostas das licitantes classificadas tecnicamente, ou seja, a referência deverá representar a maior vantagem ofertada, extraindo-se de todas as classificadas os itens de melhor preço (menores honorários e maiores descontos, nos limites estabelecidos por este instrumento) de forma que seja auferida a maior vantagem econômica aos cofres públicos.

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

a) Desconto sobre honorários de produção externa , fixados nos limites estabelecidos no quesito 6.1. I:	
- Maior desconto:	20 pontos
Segundo maior desconto	15 pontos
Terceiro maior desconto	12 pontos
Quarto maior desconto	10 pontos
Demais descontos	5 pontos
b) Desconto sobre a Tabela Referencial de Custos Internos da Associação Brasileira de Agências de Publicidade (ABAP). , fixados nos limites estabelecidos no quesito 6.1. II:	
Maior desconto	20 pontos
Segundo maior desconto	15 pontos
Terceiro maior desconto	12 pontos
Quarto maior desconto	10 pontos
Demais descontos	5 pontos
c) Percentual de honorários que cobrará sobre os custos comprovados de serviços especializados realizados por terceiros, sob supervisão da agência, quando a responsabilidade desta se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento desses serviços ou suprimentos , ou seja, quando realizados externamente e intermediados pela Agência, nos termos do quesito 6.1.III:	
Maior desconto	20 pontos
Segundo maior desconto	15 pontos
Terceiro maior desconto	12 pontos
Quarto maior desconto	10 pontos
Demais descontos	5 pontos

8.8.3. Será considerada a melhor proposta comercial aquela que atingir a maior pontuação através da fórmula abaixo:

NFPC = Nota Final da Proposta Comercial

D1 – Desconto concedido sobre honorários de produção externa

D2 – Desconto sobre a Tabela Referencial de Custos Internos da Associação Brasileira de Agências de Publicidade (ABAP)-2021

D3 - Desconto sobre o percentual de honorários que cobrará sobre os custos comprovados de serviços especializados realizados por terceiros, sob supervisão da agência, quando a responsabilidade desta se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento desses serviços ou suprimentos

$$\text{NFPC} = \frac{\text{D1} + \text{D2} + \text{D3}}{3}$$

JULGAMENTO DA MELHOR PROPOSTA, APLICANDO-SE A MÉDIA PONDERADA ENTRE A MELHOR PROPOSTA TÉCNICA E A MELHOR PROPOSTA DE PREÇOS

8.9. 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:

$$\text{PF} = (\text{NFPT} \times 0,70) + (\text{NFPC} \times 0,30)$$

PF = Pontuação Final

NFPT = Pontuação Final relativa à Proposta Técnica

NFPC = Pontuação Final relativa à Proposta Comercial

8.9.1 **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) Ideia Criativa;**
- c) Raciocínio Básico e Estratégia de Mídia e Não Mídia.**

8.9.2. Após a utilização do critério de desempate disposto no item 8.9.1., persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio.

8.9.3. Não se considerará nenhuma oferta ou vantagem não prevista neste instrumento, nem percentual de desconto ou vantagem, baseado em ofertas de outras licitantes.

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

8.9.5. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas a licitante mais bem classificada no julgamento final, com a aplicação da média ponderada, entre as Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto no subitem quesito 8.9.

9.0. ENTREGA E FORMA E APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1. 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.

9.1.1. 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 11.12.

9.2. Os Documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no **invólucro nº 5**, que deverá ser apresentado fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – INVÓLUCRO Nº 5

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE ALAGOAS

CONCORRÊNCIA Nº 001/2021

EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)

CNPJ: (indicar o CNPJ da licitante)

9.3 O invólucro no 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.

9.4. Os documentos de Habilitação deverão ser apresentados em uma única via, acondicionados em caderno único, ter as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante, a partir da primeira página interna, 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.

9.5 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 na mente expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

9.5 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 - Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social - CND;

V - Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS;

VI - Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas - CNDT;

VII - certidões negativas de débitos ou não, expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante.

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

9.5.2 Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

9.5.3 Será considerada 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.

9.6 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-Fadrão (CENP);

II - declaração(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante presta (ou) à(s) declarante(s) serviço de publicidade cujas atividades sejam, pelo menos, similares às do objeto deste Edital;

9.7 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 válida pelo prazo de 180 (cento e oitenta) 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 as normas contábeis que regem a matéria;

c) o patrimônio líquido poderá ser atualizado pelo IGPM-FGV quando o balanço estiver encerrado há mais de 3 (três) meses da data da licitação.

9.7.1 A licitante deverá comprovar que possui, na data do recebimento do invólucro no 5:

I - patrimônio líquido igual ou superior a **RS 95.000,00 (noventa e cinco mil reais)** (atenção: o limite para essa exigência é de 10% do valor do contrato);

9.7.1.1 Para a comprovação do Patrimônio Líquido e dos índices contábeis, o cálculo sobre o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis do último exercício social deverão ser realizados pela licitante e confirmados 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.

9.7.1.2 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).

9.8 A licitante também deverá incluir no invólucro no 5 declaração elaborada conforme modelo do Anexo 3-1, **afirmando:**

I - conhecimento do instrumento convocatório;

II - atendimento ao art. 27, inciso V, da Lei 8.666/93;

III - inexistência de impedimento para a participação;

IV- não incidir nas práticas de nepotismo vedadas pela Resolução do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) número 7, de 18 de outubro de 2005, tampouco nos impedimentos previstos pela Resolução 156, de 8 de agosto de 2012.

9.9 O CNPJ da licitante deverá ser o mesmo compreendido no cadastro junto à Prefeitura 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.

9.9.1 Excetuam-se da restrição a que se refere o subitem 9.9 os documentos que, por sua própria natureza, forem comprovadamente emitidos somente em nome da matriz ou da filial.

9.10 Não serão aceitos "protocolos de entrega" ou "solicitação de documentos" expedidos por quaisquer órgãos, em substituição aos documentos exigidos neste Edital

9.11 A licitante que se alegar desobrigada de apresentar qualquer um dos Documentos de Habilitação deverá inserir no invólucro nº 5 declaração ou certificado expedido por órgão competente ou legislação em vigor que comprovem essa condição.

9.12 A verificação pela Comissão nos sites oficiais das entidades emissoras de certidões constitui meio legal de prova.

9.13 Serão consideradas habilitadas as licitantes classificadas que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital.

10. SUBCOMISSÃO TÉCNICA

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

10.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

10.2.1. Um dos membros da Subcomissão Técnica não terão vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Poder Judiciário de Alagoas.

10.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica ocorrerá por sorteio, em sessão pública, dentre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 9 (nove) integrantes, previamente cadastrados pelo Poder Judiciário de Alagoas.

10.3.1. A relação de nomes será publicada no **Diário da Justiça Eletrônico**, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

10.3.2. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação de nomes, mediante apresentação de justificativa à Comissão.

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

10.3.2.2. 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.

10.3.2.3. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 11.3.

10.3.2.4. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

10.3.3. A sessão pública para o sorteio será 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.

10.3.4. O sorteio, processado pela Comissão, será realizado em duas etapas:

I – 1 (um) membro que não tenha vínculo com o Poder Judiciário de Alagoas;

II – 2 (dois) membros que tenham vínculo com o Poder Judiciário de Alagoas.

10.3.5. Além das demais atribuições previstas neste instrumento, caberá à Subcomissão Técnica, quando solicitado pela Comissão, manifestar-se sobre eventuais recursos de licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.

11. REUNIÃO DE LICITAÇÃO

11.1. A reunião de licitação será realizada em 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste instrumento e na legislação.

11.1.1. Todos os fatos relevantes, pertinentes ao objeto da licitação, ocorridos durante a Reunião de Licitação, serão registrados em ata circunstanciada.

11.2. A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 3.1. (Credenciamento)

11.3. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns dentre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas Técnicas, de Preço e os Documentos de Habilitação nas respectivas sessões públicas.

11.4. 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 ao julgamento da Subcomissão Técnica, por esta Subcomissão, desde que não firam o entendimento da proposta e o ato não acarrete violação dos princípios básicos da licitação.

11.5. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preço.

11.6. 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.

11.7. 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

11.8. A abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previstos 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 nºs 1, 2, 3 e 4.

III – exame da conformidade dos invólucros com as disposições deste Edital;

IV – rubrica no fecho dos invólucros nºs 2 e 4 e subsequente acondicionamento desses invólucros em receptáculo específico com rubrica no seu respectivo fecho pela Comissão e pelos representantes das licitantes;

V – abertura dos invólucros nºs 1 e 3, exame e rubrica de seus respectivos conteúdos pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes.

11.8.1. 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.

11.8.2. O invólucro nº 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 nº 2;

II – não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

11.8.2.1. O não recebimento do invólucro nº 1 implica o não recebimento dos demais invólucros da licitante e seu consequente impedimento de participar da Concorrência.

11.8.3. A Comissão, antes da abertura dos invólucros nº 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.

11.8.4. A Comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

11.8.5. Se, ao examinar e/ou rubricar os conteúdos dos invólucros nºs 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.

11.8.6. Os invólucros nº 2 e 4 permanecerão fechados sob a guarda e a responsabilidade da Comissão.

11.8.7. Abertos os invólucros nº 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo, decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

11.8.8. A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos invólucros nºs 1 e 3 observarão os seguintes procedimentos

I – encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros nº 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 nº 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 justificativas e razões que as fundamentaram em cada caso.

11.8.9. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 9.4., I, a 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.

11.8.9.1. O disposto no subitem 11.8.9. não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos invólucros nº 2

11.8.9.10. As planilhas previstas nos incisos III e VI do subitem 11.8.8. conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito 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

11.9. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (invólucros nºs 1 e 3), as respectivas planilhas de julgamento e os 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 os invólucros nºs 2 e 4;

III – abertura e rubrica do conteúdo dos invólucros nº 2 e rubrica no fecho do invólucro nº 4;

IV – cotejo das Vias Não Identificadas (invólucro nº 1) com as Vias Identificadas (invólucro nº 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, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica;

VI – proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;

VII – adoção dos procedimentos previstos no subitem 8.6., 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 indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação.

TERCEIRA SESSÃO

11.10. 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 nº 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 do julgamento final das Propostas, quais sejam, as 5 (cinco) 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 indicação da ordem de classificação.

QUARTA SESSÃO

11.11. 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 coleta de suas assinaturas na lista de presença;

II – recebimento e abertura dos invólucros no 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 indicação dos proponentes habilitados e dos inhabilitados;

11.12. Na hipótese de todas as Propostas de Preço serem desclassificadas ou de todas as licitantes serem inhabilitadas, a Comissão **poderá fixar as licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de novos documentos ou de outras propostas escoimadas** das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inhabilitação.

11.12.1. A nova documentação deve ser apresentada na forma prevista neste Edital, e entregue em sessão pública.

1113. Decididos os recursos e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente, observado o subitem 1.3.1., homologará e adjudicará seu objeto à licitante vencedora.

12. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

12.1. Dos atos decisórios ou que resultem em aplicação de penalidade cabe recurso, interposto em forma impressa, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata.

12.1.1. A intimação dos atos decisórios será feita mediante publicação na imprensa oficial, salvo para decisões sobre o recebimento e o julgamento das Propostas e sobre a habilitação ou a 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.

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

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

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

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

12.4. 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.

12.5. 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, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, para decisão.

12.6. 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.

13. PENALIDADES

13.1 As licitantes ou contratadas que, por qualquer forma, não cumprirem as normas de licitação ou dos contratos celebrados estão sujeitas às seguintes sanções, assegurados o contraditório e ampla defesa, nos termos do Decreto Estadual nº 68.119/2019:

13.1.1 advertência;

13.1.2 multa;

13.1.3 suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração Direta, Autárquica e Fundacional, as Empresas Públicas e Sociedades de Economia Mista e demais entidades controladas direta ou indiretamente pelo Estado de Alagoas;

13.1.4 declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

13.2 As sanções previstas nos subitens 13.1.1, 13.1.3 e 13.1.4 deste instrumento poderão ser aplicadas cumulativamente com a sanção de multa.

13.3 A advertência consiste em repreensão por escrito imposta pelo não cumprimento das normas de licitação ou dos contratos celebrados.

13.4 A multa deverá ser aplicada pelo ordenador de despesas ou outra autoridade competente, nos seguintes percentuais e hipóteses:

13.4.1 0,20% (zero vírgula vinte por cento) por dia de atraso na celebração do contrato ou da ata de registro de preços, sobre o valor de Adjudicação, até o limite de 30 (trinta) dias, após o que configurará não celebração do contrato ou da ata de registro de preços;

13.4.2 – 6% (seis por cento) pela não celebração do contrato ou da ata de registro de preços, sobre o valor de Adjudicação;

13.4.3 – 0,50% (zero vírgula cinquenta por cento) por dia de retardamento na execução do fornecimento ou serviço, sobre o valor do contrato ou da parcela inadimplida, até o limite de 30 (trinta) dias, após o que configurará inexecução do fornecimento ou serviço, sem prejuízo da possibilidade de rescisão unilateral da avença;

13.4.4 – 15% (quinze por cento) pela inexecução total ou parcial do fornecimento ou serviço, sobre o valor total do contrato ou da parcela inadimplida;

13.4.5 – 10% (dez por cento) pela falha na execução do contrato ou da ata de registro de preços, exceto quanto ao retardamento na execução ou à inexecução total ou parcial do fornecimento ou serviço, sobre o valor total do contrato ou da ata de registro de preços; e

13.4.6 – 20% (vinte por cento) pela fraude na licitação ou na execução do contrato ou da ata de registro de preços, comportamento inidôneo ou cometimento de fraude fiscal, sobre o valor total do contrato ou da ata de registro de preços.

13.5 A multa apenas será executada após regular processo administrativo, facultada a defesa prévia da licitante ou contratada, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação.

13.6 Se a multa aplicada for superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá a licitante ou contratada pela sua diferença, devidamente atualizada pelo Índice Geral de Preços - Mercado (IGP-M) ou equivalente, a qual será descontada dos pagamentos eventualmente a ela devidos ou cobrada judicialmente.

13.7 O atraso, para efeito de cálculo de multa, será contado em dias corridos, a partir do dia seguinte ao do vencimento do prazo de entrega de material ou execução de serviços, se dia de expediente normal no órgão ou entidade interessada, ou do primeiro dia útil seguinte.

13.8 Em despacho fundamentado do ordenador de despesas do órgão ou entidade interessada e desde que haja justificado interesse público, poderá ser relevada:

13.8.1 a aplicação de multa por atraso na entrega de material ou na execução de serviços não superior a 5 (cinco) dias; e

13.8.2 aplicação de multa cujo montante seja inferior ao dos custos de sua imposição.

13.9 A multa poderá ser aplicada cumulativamente com outras sanções segundo a natureza e a

gravidade da falta cometida, consoante previsto no subitem 26.2, desde que observado o princípio da proporcionalidade.

13.10 Decorridos 30 (trinta) dias de atraso injustificado na entrega de material ou na execução de serviços, a Nota de Empenho ou contrato deverá ser cancelada ou rescindido, exceto se houver justificado interesse público em manter a avença, hipótese em que será aplicada multa na forma do subitem 13.4.2.

13.11 A multa prevista no subitem 13.4.5 não será aplicada nas hipóteses de rescisão contratual que não ensejem sanções.

13.12 A suspensão e o impedimento são sanções administrativas que temporariamente obstam a participação em licitação e a contratação, sendo aplicadas nos seguintes prazos e hipóteses:

13.12.1 por até 30 (trinta) dias, quando, vencido o prazo da Advertência, a licitante ou contratada permanecer inadimplente;

13.12.2 por até 90 (noventa) dias, quando a licitante deixar de entregar, no prazo estabelecido no Edital, os documentos exigidos, quer, via fax ou Internet, de forma provisória, quer, em original ou cópia autenticada, de forma definitiva;

13.12.3 por até 12 (doze) meses, quando a licitante ou contratada ensejar o retardamento da execução do certame, não mantiver a proposta, falhar ou fraudar na execução do contrato, comportar-se de modo inidôneo, fizer declaração falsa ou cometer fraude fiscal; e

13.12.4 por até 24 (vinte e quatro) meses, quando a licitante ou contratada:

13.12.4.1 apresentar documentos fraudulentos, adulterados ou falsificados nas licitações, objetivando obter, para si ou para outrem, vantagem indevida;

13.12.4.2 praticar atos ilegais ou imorais visando frustrar os objetivos da licitação ou da contratação; ou

13.12.4.3 for multada, e não efetuar o pagamento.

13.13 O prazo previsto no item 13.12.4 poderá ser aumentado até 5 (cinco) anos.

13.14 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar será aplicada à vista dos motivos informados na instrução processual, podendo a reabilitação ser requerida após 2 (dois) anos de sua aplicação.

13.14.1 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar permanecerá em vigor enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a sanção, a qual será concedida sempre que a contratada ressarcir os prejuízos resultantes da sua conduta e depois de decorrido o prazo das sanções de suspensão e impedimento aplicadas.

14. DA CONTRATAÇÃO

14.1. 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 do Poder Judiciário de Alagoas.

14.2. 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.

14.3. A recusa em assinar o contrato ou o não atendimento das condições previstas no subitem 14.2. implica a decadência do direito à contratação, sem prejuízo da aplicação de penalidades previstas no item 13.

14.3.1. A decadência do direito à contratação autoriza o Poder Judiciário de Alagoas a, independentemente de qualquer aviso ou notificação, revogar a licitação ou convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, atendendo ao subitem 14.2., assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato.

14.3.2. Não se aplicam às licitantes remanescentes as penalidades previstas no subitem 14.3.

14.2.3. As licitantes adjudicatárias terão o prazo de 20 (vinte) dias, contados da data da publicação do extrato de contrato na imprensa oficial, para apresentar a garantia exigida neste instrumento.

14.4. Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pelas respectivas licitantes adjudicatárias que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência.

14.5. A vigência do contrato será de **12 (doze) meses**, contados a partir de sua assinatura, podendo, a critério do contratante, mediante aditivo, ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, nos moldes do art. 57, II da Lei 8.666/93

14.5.1 A soma das despesas com o contrato resultante desta Concorrência está estimada em **R\$ 950.000,00** (novecentos e cinquenta mil reais) pelos primeiros 12 (doze) meses e será executada de acordo com o previsto no subitem 2.3.2 do Termo de Referência.

14.5.2 O Poder Judiciário de Alagoas se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

14.6. A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita consoante os preços estabelecidos em suas respectivas Propostas de Preço.

14.6.1. A forma e as condições de pagamento são as constantes da minuta do contrato.

14.7. As agências deverão centralizar o comando da publicidade do Poder Judiciário de Alagoas em Maceió, comprovando no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da data da assinatura do contrato, que têm nessa cidade estrutura de atendimento representada, no mínimo, pelos profissionais indicados: _

I – dois na área de atendimento;

II – um na área de planejamento;

III – dois na área de criação;

IV – dois nas áreas de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica;

V – três na área de mídia;

14.8. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA:

14.8.1 Além das demais previstas neste instrumento ou dele decorrentes, o disposto no subitem 18 do termo de referência.

14.9. OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE:

a) Propiciar todas as facilidades indispensáveis à boa execução do fornecimento dos bens objeto deste ajuste, inclusive permitir o livre acesso dos responsáveis da CONTRATADA às dependências da CONTRATANTE, desde que devidamente identificados;

b) Atestar a execução do objeto do presente ajuste por meio do Gestor do Contrato;

c) Efetuar o pagamento à CONTRATADA de acordo com as condições de preço e prazos estabelecidos neste projeto básico;

d) Aplicar as penalidades por descumprimento do contrato.

14.10. DA FISCALIZAÇÃO E GESTÃO DO CONTRATO

14.10.1 O objeto licitado será acompanhado e fiscalizado por servidor(es) do Poder Judiciário de Alagoas conforme atribuições constantes do subitem 20 do Termo de Referência.

15. DA DESPESA

15.1. A despesa com a execução da contratação do objeto correrá à conta dos recursos consignados pelo Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas, registrado com o seguinte

PROGRAMA DE TRABALHO: 02.061. 0003. 2114 – MANUTENÇÃO DO PODER
JUDICIÁRIO NATUREZA DE DESPESA: 339039 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS
– PESSOA JURÍDICA

15.2. No(s) exercício(s) seguinte(s), as despesas correrão à conta dos recursos próprios para atender às despesas da mesma natureza, cuja alocação será feita mediante apostilamento no início de cada exercício financeiro, sob pena de rescisão antecipada do contrato.

16. DOS DIREITOS AUTORIAIS

16.1. A CONTRATADA cede ao Poder Judiciário de Alagoas os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluindo 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.

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

16.1.2. O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração definidas nos itens 17 e 18.

16.1.3. Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pelo Poder Judiciário de Alagoas em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.

16.2. Quando for 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.

16.3. 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.

16.4. O Poder Judiciário de Alagoas 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.

16.4.1. É garantida ao Poder Judiciário de Alagoas 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.

17. DA ENTREGA

17.1. Todos os materiais, objetos deste contrato, tanto em versões deverá, quando solicitado, ser entregue na Diretoria de Comunicação do localizada na Praça Marechal Deodoro, 319, Centro - Tribunal de Justiça de Alagoas - Anexo I - 4º andar – CEP: 7020-919 – Maceió-AL – Fone: (82)4009-3240.

18. DO PAGAMENTO

18.1. O pagamento será efetuado em moeda corrente nacional, no prazo de até 20 (vinte) dias úteis, contados do recebimento das notas de recebimento assinadas, bem como da Nota Fiscal.

19. DISPOSIÇÕES FINAIS

19.1. A licitante é responsável pela fidelidade e a 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.

19.2. 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.

19.3. As situações não previstas neste Edital, inclusive as decorrentes de caso fortuito ou de força maior, serão resolvidas pela Comissão ou pela autoridade competente.

19.4. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento.

19.4.1. Os prazos estabelecidos neste Edital só se iniciam e vencem em dias de expediente do Poder Judiciário de Alagoas.

19.5. Este Edital e seus anexos, bem como as Propostas vencedoras, farão parte integrante do contrato, como se nele estivessem transcritos.

19.6. O conteúdo deste Edital e de seus anexos, bem como outros documentos que forem emitidos pelo Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas e fornecidos às licitantes, são complementares entre si, devendo ser interpretados conforme os princípios que regem as licitações públicas.

19.7. Até a assinatura do contrato, a licitante adjudicatária poderá ser desclassificada ou inabilitada se o Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

19.8. Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com a contratada for rescindido, o Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas 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.

19.9. 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.

19.10. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas comunicará os fatos verificados ao Ministério Público do Estado de São Paulo, para as providências devidas.

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

19.12. Integram este edital:

19.12.1. **ANEXO I** – Briefing;

19.12.2. **ANEXO II** – Modelo de Proposta;

19.12.3. **ANEXO III** – Declaração de inexistência de fato impeditivo na habilitação e declaração em atendimento ao disposto no art. 27, inciso V da Lei 8666/93;

19.12.4. **ANEXO IV** – Declaração de que não incide nas práticas de nepotismo vedadas pelas Resoluções do Conselho Nacional de Justiça números 156, de 8 de agosto de 2012, e 7, de 18 de outubro de 2005, conforme modelo constante do Anexo IV deste edital;

19.12.5. **ANEXO V** – Planilha de Dados para pagamento e realização de outros atos necessários;

19.12.6. **ANEXO VI** – Minuta Contratual.

19.12.7. **ANEXO VII** – Termo de Referência

19.12.8. **ANEXO VIII** – Tabela ABAP;

Maceió/AL, 30 de março de 2022.

Kátia Maria Diniz Cassiano
Presidente da Comissão



DEPARTAMENTO CENTRAL DE AQUISIÇÕES

ANEXO I

BRIEFING

I - CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas, órgão superior do Poder Judiciário, com sede na Capital e jurisdição continente de todo o território estadual, compõe-se de quinze desembargadores, distribuídos em diversos órgãos de julgamento, a saber: Tribunal Pleno, que congrega a totalidade dos desembargadores; Seção Especializada Cível; 1ª, 2ª e 3ª Câmaras Cíveis e Câmara Criminal. Cabe ao Tribunal de Justiça julgar ações originárias de sua competência assim como processos em grau de recurso oriundos de todas as 86 Varas (unidades judiciárias) distribuídas entre 59 comarcas.

Destas, 37 são de 1ª entrância, 19 de 2ª entrância, e três de 3ª entrância. No campo administrativo, o Tribunal de Justiça tem como órgãos de direção a Presidência. Vice- Presidência e Corregedoria-Geral da Justiça, tendo ainda em sua estrutura o Conselho Estadual da Magistratura e a Escola Superior da Magistratura de Alagoas (ESMAL).

A atual gestão do Poder Judiciário de Alagoas (biênio 2015/2016) é conduzida pelos desembargadores **Klever Loureiro** (presidente), **José Carlos Malta** (vice-presidente) e **Fábio Bitencourt** (corregedor). Dentre as prioridades da atual administração, constam: ações os investimentos em virtualização processual, incluindo reforço nos sistemas de videoconferência, garantindo maior celeridade processual, e maior aproximação com a população, através de ações sociais tocadas pela Justiça Itinerante, que presta serviços gratuitos à sociedade.

Abaixo, apresentamos o detalhamento (dados meramente ilustrativos) de alguns dos programas, projetos e ações do Judiciário, além de outras informações importantes para subsidiar a elaboração do Plano de Comunicação.

II - MISSÃO, VISÃO E VALORES DO PODER JUDICIÁRIO DE ALAGOAS

Missão: Contribuir para a paz social por meio da prestação de serviços jurisdicionais acessíveis, efetivos e em tempo razoável.

Visão de futuro: Até 2026, ser reconhecido pela sociedade como uma justiça célere e efetiva, fundamentada nos valores institucionais e estar entre os melhores tribunais estaduais de porte semelhante na prestação jurisdicional

Valores: Acessibilidade, celeridade, eficiência, efetividade, qualidade, ética, impessoalidade, humanização, imparcialidade, probidade, cordialidade, inovação, responsabilidade social e ambiental, transparência

<https://apmp.tjal.jus.br/img/mapa-estrategico-page-0001.jpg>

III - PROGRAMAS, PROJETOS E AÇÕES DO JUDICIÁRIO

1. Coordenadoria da Mulher

A Coordenadoria da Mulher, vinculada à Presidência do TJAL, comanda a Casa da Mulher Alagoana, que funciona no Juizado da Violência Doméstica da Capital e congrega os serviços de apoio psicossocial, delegacia especializada, defensoria pública, promoção de autonomia econômica, brinquedoteca, alojamento de passagem e central de transporte. Objetivo é humanizar o atendimento às mulheres vítimas de violência doméstica na capital. Trata-se do principal instrumento de combate à violência contra a mulher em Alagoas, atualmente. A Coordenadoria também coordena ações educativas em outras comarcas, a exemplo da de Arapiraca, no Agreste de Alagoas. Recentemente, o TJAL deu apoio institucional à campanha Sinal Vermelho, da Associação dos Magistrados Brasileiros, garantindo adesão/apoio de mais de 400 farmácias como pontos de apoio para mulheres denunciarem seus agressores. As ações de conscientização em formatos híbridos (presenciais e digitais) também fazem parte da estratégia de enfrentamento a este tipo de problema.

2. Conciliação e mediação

Diversas políticas de conciliação são executadas permanentemente pelo Judiciário, visando solucionar demandas judiciais pela via da pacificação e difundir a cultura da conciliação junto à população. Prova disso é a ampliação dos Centros Judiciários de Solução de Conflitos e Cidadania (Cejuscs). Até 2019, foram inaugurados 12 Cejuscs, nos quais é possível conciliar alguma demanda em qualquer período do ano, seja no formato presencial, seja no virtual. As unidades ajudaram a aumentar a resolução de demandas de forma amigável, sem a necessidade de um processo propriamente judicial. Atualmente, são 23 Cejuscs, que estão ligados ao Núcleo Permanente de Métodos Consensuais de Solução de Conflitos (Nupemec). Até 2019, os Cejuscs realizaram 1475 audiências de conciliação, resultando em 1380 acordos que abreviaram ou evitaram processos judiciais. Na pandemia, audiências foram realizadas no formato virtual.

3. Adoções Possíveis

O projeto Adoções Possíveis, de iniciativa da Coordenadoria Estadual da Infância e da Juventude (CEIJ/AL), tem por objetivo apresentar – por meio de imagens, fotos e vídeos, a serem disponibilizados na página eletrônica e nas redes sociais do Tribunal de Justiça e aos pretendentes habilitados para adoção e à sociedade, crianças que contam com mais de 06 (seis) anos de idade, adolescentes, grupos de irmãos e infantes que apresentam algum tipo de enfermidade física e/ou mental, cuja destituição do poder familiar já tenha sido decretada. Em pouco mais de dois anos, o projeto viabilizou adoções de adolescentes e ainda o retorno de

alguns deles à família biológica graças à visibilidade obtida pelos conteúdos (textos, fotos e vídeos) que a Diretoria de Comunicação do TJAL produziu e disseminou sobre o assunto.

4. Núcleo de Promoção da Filiação

O Núcleo de Promoção da Filiação (NPF) foi criado em 2008 e já solucionou mais de 13 mil casos de pessoas (crianças, adolescentes e adultos) registrados sem o nome do pai. O NPF centraliza, pois, as averiguações de paternidade encaminhadas por oficiais do registro civil e trabalha no sentido de reduzir o alto índice de crianças que não possuem o nome do pai no registro de nascimento. Suas atividades concentram-se principalmente nas escolas de Maceió, objetivando receber informações diretamente desses estabelecimentos. Em 2021, garantiu-se o reconhecimento de paternidade para 319 pessoas, entre crianças e adultos. O NPF recebeu menção honrosa do Inovare, premiação que distingue projetos e práticas inovadoras no cenário jurídico nacional.

5. Escola Superior da Magistratura (Esmal)

A Escola Superior da Magistratura de Alagoas (Esmal) oferece capacitação para magistrados e demais servidores do Poder Judiciário alagoano, visando o aperfeiçoamento da equipe e a excelência da prestação jurisdicional. O público externo também é atendido por meio de cursos abertos ao público, a exemplo da pós-graduação integrada com programa de Residência Jurídica, realizada em parceria com a Universidade Tiradentes. A produção científica e acadêmica é incentivada na instituição, que anualmente publica a Revista da Esmal e o livro resultante do Encontro de Pesquisas Judiciárias (Enpejud). É ainda por meio da Esmal que são realizados os processos seletivos e treinamentos para a contratação de pessoal – estagiários e profissionais - temporário para atuar no Tribunal de Justiça de Alagoas. A Esmal conta ainda com um importante programa de alcance social, o Cidadania e Justiça na Escola (PCJE). Ele tem como mote aproximar o Judiciário da sociedade, especificamente dos estudantes de escolas públicas de Alagoas, os quais participam de eventos presenciais (quando possível) e virtuais, nos quais voluntários - prioritariamente juízes e servidores do TJAL – ajudam a fortalecer as noções de cidadania de crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social.

6. Julgamento de processos

A pandemia do novo coronavírus não atrapalhou o julgamento de processos. Pelo contrário, fomentou o uso da tecnologia para julgamentos virtuais. Nos últimos dois anos, o Pleno do Tribunal de Justiça de Alagoas (TJAL), composto pelos 15 desembargadores, julgou 803 processos. Com a pandemia da Covid-19, as sessões passaram a ser realizadas por videoconferência, em maio de 2020, por meio do sistema Polycom. Assessores jurídicos, advogados e outros servidores também participaram dos julgamentos transmitidos ao vivo pelo site do TJAL. As Câmaras Cíveis e Criminal, além da Seção Especializada Cível, também julgaram, juntas, mais de 44 mil processos, seja em sessões presenciais ou virtuais. No primeiro grau de jurisdição, onde estão as comarcas de primeira, segunda e terceira entrâncias, foram julgados 464.586 processos entre 2019 e 2020. O programa Justiça Efetiva, em que servidores atuam em comarcas onde há acúmulo de processos, também contribuiu para agilizar a solução de processos.

7. Atendimento virtual

O Tribunal de Justiça de Alagoas intensificou o atendimento ao público por meio de plataformas digitais, sobretudo no auge da pandemia do novo coronavírus. Ao instituir seu Balcão Virtual, cuja principal plataforma de diálogo com os jurisdicionados é o aplicativo WhatsApp, o Poder Judiciário permitiu diálogo por chamadas de vídeo, facilitando o acesso da população às unidades judiciárias. A divulgação de serviços também contou com apoio da Diretoria de Comunicação (), que se utilizou de redes sociais para fazer a mensagem sobre os serviços digitais chegar ao público em geral, além, é claro de ter utilizado canais tradicionais de comunicação com a sociedade.

8. Datas importantes

08/12	Dia da Justiça
25/05	Dia Nacional da Adoção
07/08	Lei Maria da Penha
26/06	Dia Internacional de Combate ao Crime de Tortura
11/08	Dia da criação dos cursos jurídicos no Brasil
28/10	Dia do servidor público
18/05	Combate ao abuso sexual infantil
23/06	Início do recesso junino no TJAL (recesso termina no início de julho)

9. Redes sociais do TJAL

Portal do TJAL: www.tjal.jus.br
Youtube: www.youtube.com/tvtribunal
Instagram: www.instagram.com/tjal.oficial
Facebook: www.facebook.com/tjal.oficial
Twitter: <https://twitter.com/TJalagoas>

IV - Objetivo do Plano de Comunicação:

Dar amplo conhecimento à sociedade sobre os projetos e ações que objetivam a conciliação pré-processual ou processual, ou seja, que contribuam para que se resolva conflitos antes da judicialização ou após a judicialização, conforme já ocorre nos Centros Judiciários de Conciliação e Mediação (Cejuscs), na capital e no interior de Alagoas.

A conciliação também é possível entre os que são chamados para reconhecer ou não a paternidade de filhos, em processos que tramitam no Núcleo de Promoção da Filiação (NPF). O Programa Cidadania e Justiça na Escola, da Esmal, pode ser ferramenta de difusão da cultura da conciliação também, por meio de palestras de servidores e juízes a alunos de escolas públicas.

Portanto, é necessário reafirmar à sociedade em geral a possibilidade de conciliação, que tem inúmeras vantagens e pode ser feita inclusive em audiências virtuais, estratégia que se consolidou quando do início da pandemia do novo coronavírus.

Sensibilizar a comunidade jurídica, com ênfase nos advogados inscritos na Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), quanto às vantagens da conciliação processual é fundamental. É ainda finalidade da campanha contribuir para a criação do clima favorável à conciliação, no âmbito interno do Poder Judiciário, utilizando seus espaços físicos ou canais oficiais de comunicação.

É objetivo ainda da campanha reforçar a confiança da sociedade na atuação firme e célere do Judiciário de Alagoas, ratificando sua missão: contribuir para a paz social por meio da prestação de serviços jurisdicionais acessíveis, efetivos e em tempo razoável.

Público-alvo da campanha publicitária: Sociedade em geral e partes envolvidas em processos, independente de classe social. O plano deve contemplar o uso das plataformas digitais do Judiciário de Alagoas, além de considerar o uso de plataformas de terceiros e de veículos de comunicação tradicionais, como rádio, outdoor e/ou televisão.

Verba e prazo de execução do Plano de Comunicação: O plano a ser desenvolvido deve considerar um valor referencial equivalente a R\$ 250.000,00 (duzentos mil reais) com prazo de três semanas para execução.



DEPARTAMENTO CENTRAL DE AQUISIÇÕES

ANEXO II

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

Referência: Concorren cia nº 001/2021

Nome empresarial da licitante:

CNPJ nº

Endereco, telefone e e-mail:

Validade da proposta(.....) dias (no mínimo 60 dias), a partir da data de sua apresentação.

Declaramos que, na vigencia do contrato decorrente da Concorren cia nº 001/2021, promovida pelo Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas, serão cobrados os seguintes honorários:

- a) Honorários de.....% (.....) sobre os custos externos de produção de serviços especiais (no máximo 15% e no mínimo 10%).
- b) Em decorrência dos trabalhos de criação e produção interna, será aplicada a Tabela Referencial de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agencias de Propaganda do Estado de Alagoas, com um desconto de% (..... por cento) (desconto máximo de 30%).
- c) Honorários de.....% (.....) sobre serviços de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonancia com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias, quando realizadas externamente (honorários máximos de 20% e mínimos 10% sobre o custo de tais serviços).

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 do Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas a esse título.

Declaramo-nos cientes de que o Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

O desconto de agência ou os honorários de mídia serão pagos 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 o Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas correspondente à chamada “parte líquida”, correspondente a 80% do valor da mídia, e a agência emitirá os restantes 20% contra o Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas.

Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no edital.

.....,dede 2015

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 a prática desse ato deverá ser documentalmente comprovada.



DEPARTAMENTO CENTRAL DE AQUISIÇÕES

ANEXO III

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO IMPEDITIVO

E

DECLARAÇÃO PARA FINS DO DISPOSTO NO INCISO V DO ARTIGO 27 DA LEI Nº 8.666/93, ACRESCIDO PELA LEI Nº 9.854/99.

A empresa _____ CNPJ nº _____, sediada _____, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr (a). _____, portador da Carteira de Identidade nº _____ e do CPF nº _____, declara, sob as penas da Lei, que até a presente data inexistem fatos impeditivos para sua habilitação neste certame licitatório e que se encontra ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

DECLARA, ainda, que, para fins do disposto no inciso V, do art. 27 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, acrescido pela Lei nº 9.854, de 27 de outubro de 1999, não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e (assinalar com “X”, conforme o caso):

- () não emprega menor de dezesseis anos.
() emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz

(local / data e assinatura do representante legal da empresa)

ANEXO IV

DECLARAÇÃO

A empresa _____, CNPJ nº _____, sediada
_____, declara que não incide nas práticas de nepotismo vedadas pelas
Resoluções do Conselho Nacional de Justiça números 156, de 8 de agosto de 2012, e 7, de 18 de
outubro de 2005.

_____, de _____ de 20XX.

Assinatura do Representante Legal da Empresa



PODER
JUDICIÁRIO
DE ALAGOAS

DEPARTAMENTO CENTRAL DE AQUISIÇÕES

ANEXO V

PLANILHA DE DADOS DA EMPRESA

Dados da Empresa:

Razão Social	
CNPJ	
Endereço	
CEP	
Fones:	
Fax	
E-mail	
Site internet	

Dados do Representante da Empresa:

Nome	
Cargo	
Nacionalidade	
Estado civil	
Profissão	
Endereço	
CEP	
Fone	
Fax	
E-mail	
Cart. de Identidade	
Órgão Expedidor	
CPF	

Dados Bancários da Empresa

Banco	
Agência	
Conta	

Dados do Contato com a Empresa:

Nome	
Cargo	
Endereço	
CEP	
Fone	
Fax	
E-mail	



PODER
JUDICIÁRIO
DE ALAGOAS

DEPARTAMENTO CENTRAL DE AQUISIÇÕES

ANEXO VI

MINUTA DE CONTRATO Nº ____/20XX

CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE E PARA ELABORAÇÃO DE PROJETOS E CAMPANHAS COM O FIM ESPECÍFICO DE DIVULGAR AS AÇÕES DO PODER JUDICIÁRIO DE ALAGOAS, QUE ENTRE SI CELEBRAM O TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE ALAGOAS E A EMPRESA_____.

O TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE ALAGOAS, com sede na Praça Marechal Deodoro da Fonseca, nº 319, Centro, em Maceió, Capital do Estado de Alagoas, inscrito no CNPJ sob o nº 12.473.062/001-08, neste ato representado pela Exmo. Sr. Presidente, **XXXXXXXXXXXXXX**, residente e domiciliado nesta cidade, doravante denominado **CONTRATANTE** e a empresa____com endereço na Rua_____, Maceió- AL, inscrita no CNPJ sob o nº_____ora representada por_____, portador da cédula de identidade nº_____SSP/AL, inscrito no CPF nº_____, doravante designada **CONTRATADA**, tendo em vista o que consta do Processo Administrativo nº 2021/6916, e ainda o resultado do certame licitatório CONCORRÊNCIA nº 01/2021, pactuam o presente contrato, por preço global, cuja execução se regerá pela disciplina da Lei nº 5.237/1991, Lei nº 8.666/93, Lei Complementar nº 123/2006, Lei nº 12.232/2010, Lei 4.680/1965, Decreto estadual nº 4054/08 e Ato Normativo nº 48, de 12 de agosto de 2019, o que fazem na conformidade das cláusulas adiante estabelecidas.

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1.1 Contratação de agência de publicidade e propaganda para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão de execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação referentes às atividades do Poder Judiciário de Alagoas, com base na Tabela Referencial de Custos Internos da ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade – Alagoas (Anexo I).

1.2 ESPECIFICAÇÕES DO OBJETO E VALOR DA LICITAÇÃO

1.2.1. 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.

1.2.2. 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 à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;
- c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.

1.2.3. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos **no subitem 1.2.2, “b”**, terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas, 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.

1.2.4. 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.

1.2.5. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado **no subitem 1.2.4**, 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.

1.2.6. Para a prestação de serviços será contratada uma Agência de Propaganda, doravante denominada AGÊNCIA, que tenha suas atividades disciplinadas pela Lei 4.680/65 e que tenha obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei 12.232/2010.

1.2.7. A Agência atuará de acordo com solicitação do Poder Judiciário de Alagoas.

1.2.8. A Agência atuará por conta e ordem do Poder Judiciário de Alagoas na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares a que se refere **o subitem 1.2.1**, e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias.

1.2.9. A Agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto desta licitação.

1.2.10. O Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas poderá investir em publicidade, por meio da agência vencedora da licitação, **até R\$ 950.000,00** (novecentos e cinquenta mil reais), no período de vigência do contrato.

1.2.11. O Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas somente pagará os serviços efetivamente realizados, não estando obrigado a investir o total de recursos estabelecido **no subitem 1.2.10** e sua decisão não gerará à agência vencedora da licitação a garantia ou o direito de requerer indenização por quaisquer perdas e danos.

1.2.12. O pagamento da Administração à agência contratada, pelos serviços prestados na etapa de criação tomará como parâmetro os custos internos (criação) constantes do Anexo I, definidos com base na Tabela Referencial de Custos Internos da ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade – Alagoas, edição vigente 2015.

1.2.13. O Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas pagará a agência contratada honorários de **até 15%** (quinze por cento) sobre o valor dos serviços especializados referentes a atividades complementares tomadas junto a fornecedores. Quando a responsabilidade da agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento dos serviços especializados, a Administração pagará honorários de **até 5%** (cinco por cento), tudo em observância aos regramentos do Conselho Executivo de Normas Padrão da Atividade Publicitária.

1.2.14. A agência contratada é responsável pelos custos de criação, mas intermediadora da contratação de serviços complementares, como produção e veiculação, conforme parágrafo 1º, do art. 2º da Lei 12.232/2010.

CLÁUSULA SEGUNDA - DO VALOR

2.1 O Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas poderá investir em publicidade, por meio da agência vencedora da licitação, **até R\$ 950.000,00** (novecentos e cinquenta mil reais), no período de vigência do contrato.

CLÁUSULA TERCEIRA - DO PAGAMENTO

3.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada por honorários de.....% (.....), incidentes sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças e/ou materiais.

3.1.1. Os honorários serão calculados sobre o preço faturado pelos fornecedores.

3.2. 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 Alagoas, então em vigor, com um desconto de....% (por cento).

3.3. Honorários incidentes sobre os custos dos serviços de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias, quando realizadas externamente e intermediadas pela CONTRATADA.

3.4. Serão ressarcidas as despesas referentes aos serviços de planejamento e execução de pesquisas, inclusive de pré-testes e recall de campanha executados neste contrato, com o mesmo percentual indicado no subitem 3.1.

CLÁUSULA QUARTA - DESCONTO DE AGENCIA

4.1. Além da remuneração prevista no item 17, 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 com o art. 7º do Regulamento para execução da lei nº 4.680/65 (Decreto nº 57.690/66).

4.1.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e/ou distribuição de publicidade, por ordem e conta do Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

4.1.2. A CONTRATADA repassará ao Contratante o valor correspondente a % 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.

CLÁUSULA QUINTA – DA DESPESA

5.1 A despesa com a execução da contratação do objeto correrá à conta dos recursos consignados pelo Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas, registrado com o seguinte PROGRAMA DE TRABALHO:

PROGRAMA DE TRABALHO: 02.061. 0003. 2114 – MANUTENÇÃO DO PODER
JUDICIÁRIO NATUREZA DE DESPESA: 339039 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS
– PESSOA JURÍDICA

5.2. No (s) exercício (s) seguinte (s), as despesas correrão à conta dos recursos próprios para atender às despesas da mesma natureza, cuja alocação será feita mediante apostilamento no início de cada exercício financeiro, sob pena de rescisão antecipada do contrato.

CLÁUSULA SEXTA - DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

a) Propiciar todas as facilidades indispensáveis à boa execução do fornecimento dos bens objeto deste ajuste, inclusive permitir o livre acesso dos responsáveis da CONTRATADA às dependências da CONTRATANTE, desde que devidamente identificados;

b) Atestar a execução do objeto do presente ajuste por meio do Gestor do Contrato;

c) Efetuar o pagamento à CONTRATADA de acordo com as condições de preço e prazos estabelecidos neste projeto básico;

d) Aplicar as penalidades por descumprimento do contrato.

CLÁUSULA SÉTIMA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

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

7.1.1.1 Os serviços indicados no **subitem 5.2**. Deverão ser executados por meio dos profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na Proposta Técnica apresentada na Concorrência, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior mediante comunicação prévia ao Tribunal de Justiça de Alagoas.

7.1.2 Centralizar o comando da publicidade do Tribunal de Justiça de Alagoas em Maceió, 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 - o que é dispensado se a contratante tiver sede numa das cidades vizinhas a - pelos seguintes profissionais:

I - 1 (um) diretor de atendimento;

II - 1 (um) profissional de atendimento;

III - 1 (um) profissional de planejamento e pesquisa;

IV - 1 (uma) dupla de criação;

V - 2 (dois) profissionais de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica);

VI - 1 (um) diretor de mídia;

VII - 2 (dois) profissionais de mídia, sendo um para mídia digital

7.1.2.1 Os profissionais designados para o escritório da empresa em Maceió deverão ter experiência equivalente ou superior à daqueles indicados na proposta técnica.

7.1.2.2 A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar seus representantes em outros Estados ou cidades, desde que tenham experiência equivalente ou superior à 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.

7.1.3 O desempenho da CONTRATADA será permanentemente verificado pelo Tribunal de Justiça de Alagoas.

7.1.4 Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste CONTRATO, de acordo com os prazos e demais especificações estipulados pelo Tribunal de Justiça de Alagoas.

7.1.4.1 A CONTRATADA executará os serviços indicados no **subitem 5.2.** diretamente, com seus próprios recursos.

7.1.4.2 A CONTRATADA poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários à execução das atividades complementares a que se refere o **subitem 5.3.** Fornecedores de serviços especializados.

7.1.4.2.1 A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de serviços especializados deverá ser submetida a prévia e expressa autorização do Tribunal de Justiça de Alagoas e implica a atuação da CONTRATADA por conta e ordem do Tribunal de Justiça de Alagoas.

7.1.4.2.2 O Tribunal de Justiça de Alagoas deverá ser previamente identificada na contratação de veículos de divulgação.

7.1.4.2.3 Cabe 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 pelo Tribunal de Justiça de Alagoas.

7.1.5 Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação - inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pelo Tribunal de Justiça de Alagoas -, respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os danos e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.

7.1.5.1 Alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados deverão ser tempestiva e formalmente comunicados ao Tribunal de Justiça de Alagoas, devendo a CONTRATADA adotar providências imediatas para solucionar a pendência.

7.1.5.1.1 A culpa do fornecedor de serviços especializados, do veículo de distribuição ou da CONTRATADA, que repercuta na plena execução dos serviços contratados implica a revisão das obrigações e dos pagamentos dos contratos por esta firmados, na medida das consequências do ato nos serviços acordados.

7.1.5.1.2 O aumento de despesas ou a perda de descontos para o Tribunal de Justiça de Alagoas, gerados em decorrência de ação culposa da CONTRATADA, deverá ser ressarcido pela CONTRATADA ao Tribunal de Justiça de Alagoas em até 2 (dois) dias úteis contados do recebimento da notificação de ressarcimento por este encaminhada.

7.1.5.1.2.1 Se o ressarcimento não for realizado no prazo indicado no **subitem 18.1.5.1.2** O valor poderá ser glosado pelo Tribunal de Justiça de Alagoas ou descontado da garantia contratual, acrescido da atualização monetária desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação *pro rata tempore* do IGPM (FGV).

7.1.6 Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme aprovação da Tribunal de Justiça de Alagoas e atestar a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.

7.1.7 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.

7.1.7.1 Pertencem ao Tribunal de Justiça de Alagoas, 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.

7.1.7.1.1 O disposto no **subitem 18.1.7.1** Não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei 12.232/2010

7.1.7.1.2 A CONTRATADA não poderá sobrepor os planos de incentivo aos interesses do Tribunal de Justiça de Alagoas, 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.

7.1.7.2 Nos casos de reutilizações de peças publicitárias do Tribunal de Justiça de Alagoas, a CONTRATADA deverá negociar sempre as melhores condições de preço, observados os percentuais máximos constantes do **subitem 5.8.1**.

7.1.8. Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados ao Tribunal de Justiça de Alagoas:

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 no Tribunal de Justiça de Alagoas 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 ao Tribunal de Justiça de Alagoas, por escrito, para decisão sobre a contratação.

III - exigir do fornecedor que a cotação seja apresentada no original, 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 dos produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;

c) Seja apresentada juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está inscrito - e em atividade - no CNPJ ou no CPF e no Cadastro de Contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

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

7.1.8.1 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 do Tribunal de Justiça de Alagoas.

7.1.8.2 O Tribunal de Justiça de Alagoas procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

7.1.8.3 Se e quando julgar conveniente, o Tribunal de Justiça de Alagoas poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

7.1.8.4 As disposições do **subitem 18.1.8**. Não se aplicam à compra de mídia.

7.1.8.5 As condições do **subitem 18.1.8. I e II**, não se aplicam à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado.

7.1.9 Encaminhar, após a aprovação do serviço pelo Tribunal de Justiça de Alagoas 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 Betacam e/ou DVD e/ou arquivos digitais;

II - Internet: cópias em CD;

III - Rádio: cópias em CD, com arquivos digitais;

IV - Mídia impressa e materiais publicitários: cópias em CD, com arquivos em alta resolução, finalizados, sendo uma cópia aberta e urna fechada

7.1.9.1 As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, se garantido o atendimento à solicitação do Tribunal de Justiça de Alagoas.

7.1.9.2 Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pelo Tribunal de Justiça de Alagoas.

7.1.9.3 Caso as mídias indicadas **nos incisos I a IV do subitem 18.1.9** se tornem tecnologicamente obsoletas, o Tribunal de Justiça de Alagoas indicará mídia substituta para envio da cópia das peças produzidas.

7.1.10 Disponibilizar ao Tribunal de Justiça de Alagoas informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.

7.1.1. Produzir e entregar em meio impresso, assim como em CD ou em DVD ou outro meio magnético indicado pelo Tribunal de Justiça de Alagoas, portfólio dos trabalhos realizados para o Tribunal de Justiça de Alagoas.

7.1.11.1 O portfólio deverá ser entregue anualmente, até o final do mês de janeiro, e abranger todas as ações realizadas neste CONTRATO durante o ano civil anterior.

7.1.11.1.1 No final da vigência deste CONTRATO, deverá ser entregue um portfólio com os trabalhos realizados após a entrega do portfólio anterior.

7.1.11.2 O portfólio deverá ser apresentado conforme modelo sugerido pela CONTRATADA e previamente aprovado pelo Tribunal de Justiça de Alagoas.

7.1.12 Entrega ao Tribunal de Justiça de Alagoas de cópia dos comprovantes de pagamentos feitos a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 6 do mês subsequente ao do pagamento realizado pelo Tribunal de Justiça de Alagoas.

7.1.13 Entregar ao Tribunal de Justiça de Alagoas, em meio eletrônico e em meio impresso, 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 pelo Tribunal de Justiça de Alagoas.

7.1.14 Registrar em Relatórios de Acompanhamento as demandas recebidas do Tribunal de Justiça de Alagoas e as atividades realizadas pela CONTRATADA em relação a cada uma das ações em desenvolvimento.

7.1.14.1 O relatório de acompanhamento deverá ser assinado e enviado ao Tribunal de Justiça de Alagoas no dia útil seguinte à realização do contato com o Tribunal de Justiça de Alagoas, com o veículo ou com o fornecedor c, em caso de incorreção, reenviado devidamente corrigido em até 2 (dois) dias úteis, a contar do recebimento da solicitação de correção.

7.1.15 Registrar em Relatórios de Atendimento os briefings para o desenvolvimento de cada ação.

7.1.15.1 O Relatório de Atendimento deverá ser assinado e enviado ao Tribunal de Justiça de Alagoas em até 2 (dois) dias úteis após o atendimento realizado e, em caso de incorreção, reenviados devidamente corrigidos no mesmo prazo, a contar da data do recebimento da solicitação de correção.

7.1.16 Elaborar, sempre que solicitado pelo Tribunal de Justiça de Alagoas, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.

7.1.17 Prestar esclarecimentos ao Tribunal de Justiça de Alagoas sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

7.1.18 Não caucionar ou utilizar este CONTRATO como garantia para qualquer operação financeira.

7.1.19 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 tratam o art. 4º e seu parágrafo 1º da Lei 12.232/2010.

7.1.20 Em não se comprovando a manutenção das condições de habilitação, a CONTRATADA terá 30 (trinta) dias para regularizar a situação, contados da notificação do Tribunal de Justiça de Alagoas, prazo após o qual poderá ser promovida a rescisão contratual.

7.1.21 Cumprir legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando exigido por norma, com relação a empregados de fornecedores contratados.

7.1.22 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.

7.1.22.1 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.

7.1.22.2 Sempre que solicitado pelo Tribunal de Justiça de Alagoas, a CONTRATADA deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

7.1.23. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor atualizado previsto **no subitem 17.1** Facultada a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes.

7.1.24 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.

7.1.25 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.

7.1.25.1 A CONTRATADA também responderá por qualquer ação judicial que tenha por fundamento a legislação trabalhista ou de proteção aos direitos autorais ou à propriedade intelectual, devendo adotar providências no sentido de preservar o Tribunal de Justiça de Alagoas e de mantê-la excluída da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos.

7.1.25.1.1 Havendo condenação contra o Tribunal de Justiça de Alagoas, a CONTRATADA lhe reembolsará as importâncias que tenham sido obrigadas a pagar, dentro do prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento, sem prejuízo da apuração das demais responsabilidades cíveis, penais e administrativas envolvidas.

7.1.26 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.

7.1.27 Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 (cinco) anos após a extinção deste CONTRATO.

CLÁUSULA OITAVA - DA FISCALIZAÇÃO E GESTÃO DO CONTRATO

8.1 O objeto licitado será acompanhado e fiscalizado por servidor do Tribunal especialmente designado pela autoridade competente, que terá seu substituto legal, cabendo-lhes as atribuições e responsabilidades do artigo 67 da Lei nº. 8.666/93, os quais serão auxiliados, ou não, por empresa terceirizada a ser contratada.

8.2 Caberá ao Fiscal do contrato:

- a) Emitir a ordem de serviço do objeto contratual;
- b) Verificar a execução do objeto contratual, visando garantir a qualidade desejada;
- c) Atestar e encaminhar as notas fiscais ao setor competente para autorizar os pagamentos;
- d) Anotar, em registro próprio, as ocorrências relativas à execução do contrato, determinando as providências necessárias à correção das falhas ou defeitos observados;
- e) Dar imediata ciência aos seus superiores e ao órgão de controle, dos incidentes e ocorrências da execução que possam acarretar a imposição de sanções ou a rescisão contratual;
- f) Adotar, junto a terceiros, as providências necessárias para a regularidade da execução do contrato.

8.3 As decisões e providências que ultrapassem a competência da fiscalização deverão ser solicitadas pelo fiscal à autoridade competente, para a adoção das medidas que julgar necessárias.

8.4 A fiscalização será exercida pelo Contratante e não exclui nem reduz a responsabilidade da Contratada, inclusive perante terceiros, por quaisquer irregularidades, e, na sua ocorrência, não implica corresponsabilidade do Poder Público ou de seus agentes e prepostos. Ao Contratante se reserva o direito de rejeitar a execução do objeto contratual prestado, se em desacordo com os termos do edital.

8.5 Caberá ao Gestor do contrato:

- a) Prorrogar o Contrato junto à Autoridade Competente (ou às instâncias competentes), que deve ser providenciada antes de seu término, reunindo as justificativas competentes;
- b) Comunicar a abertura de nova licitação à área competente, antes de findo o estoque de bens e/ou a prestação de serviços e com antecedência razoável;
- c) Acompanhar o pagamento de Faturas/Notas Fiscais;
- d) Comunicar ao setor competente quaisquer problemas detectados na execução contratual que tenham implicações na atestação;

- e) Comunicar as irregularidades encontradas: situações que se mostrem desconformes com o Edital, o Contrato ou a Lei;
- f) Exigir somente o que for previsto no Contrato. Qualquer alteração de condição contratual deve ser submetida ao superior hierárquico, acompanhada das justificativas pertinentes;
- g) Cuidar das alterações de interesse da Contratada, que deverão ser por ela formalizadas e devidamente fundamentadas, principalmente em se tratando de pedido de reequilíbrio econômico-financeiro ou repactuação. No caso de pedido de prorrogação de prazo, deverá ser comprovado o fato impeditivo da execução, o qual, por sua vez, deverá corresponder àqueles previstos no parágrafo primeiro do artigo 57 da Lei 8.666/93 e alterações;
- h) Elaborar ou solicitar justificativa técnica, quando couber, com vistas à alteração unilateral do Contrato pela Administração;
- i) Alimentar os sites do Contratante, os sistemas informatizados deste Poder, responsabilizando-se por tais informações, inclusive sempre quando cobradas/solicitadas;
- j) Negociar o Contrato sempre que o mercado assim o exigir e quando da sua prorrogação, nos termos da Lei;
- l) Procurar auxílio junto às áreas competentes em caso de dúvidas técnicas, administrativas ou jurídicas;
- m) Documentar nos autos todos os fatos dignos de nota;
- n) Deflagrar e conduzir os procedimentos de finalização da Contratada, com base nos termos Contratuais, sempre que houver descumprimento de suas cláusulas por culpa da Contratada, acionando as instâncias superiores e/ou os Órgãos Públicos competentes quando o fato exigir.

8.6 Designação de gestor/fiscal:

8.6.1 Fica designado o(a) servidor(a) _____, lotado(a) no _____, matrícula _____, e, em sua ausência, o seu substituto legal, (quando houver) para, nossa ordem, exercerem a gestão/fiscalização do contrato, devendo o mesmo representar este Tribunal perante a contratada e zelar pela boa execução do objeto pactuado, nas atividades de gestão, fiscalização e controle constantes no Ato Normativo nº. 025/2010.

CLÁUSULA NONA - DOS DIREITOS AUTORAIS

9.1. A CONTRATADA cede ao Poder Judiciário de Alagoas os direitos 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.

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 nos itens 17 e 18.

9.1.3. Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pelo Poder Judiciário de Alagoas em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.

9.2. Quando for 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. O Poder Judiciário de Alagoas 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 ao Poder Judiciário de Alagoas 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.

CLÁUSULA DÉCIMA - DAS PENALIDADES

10.1 As licitantes ou contratadas que, por qualquer forma, não cumprirem as normas de licitação ou dos contratos celebrados estão sujeitas às seguintes sanções, assegurados o contraditório e ampla defesa, nos termos do Decreto Estadual nº 68.119/2019:

10.1.1 advertência;

10.1.2 multa;

10.1.3 suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração Direta, Autárquica e Fundacional, as Empresas Públicas e Sociedades de Economia Mista e demais entidades controladas direta ou indiretamente pelo Estado de Alagoas;

10.1.4 declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

10.2 As sanções previstas nos subitens 10.1.1, 10.1.3 e 10.1.4 deste instrumento poderão ser aplicadas cumulativamente com a sanção de multa.

10.3 A advertência consiste em repreensão por escrito imposta pelo não cumprimento das normas de licitação ou dos contratos celebrados.

10.4 A multa deverá ser aplicada pelo ordenador de despesas ou outra autoridade competente, nos seguintes percentuais e hipóteses:

10.4.1 0,20% (zero vírgula vinte por cento) por dia de atraso na celebração do contrato ou da ata de registro de preços, sobre o valor de Adjudicação, até o limite de 30 (trinta) dias, após o que configurará não celebração do contrato ou da ata de registro de preços;

10.4.2 – 6% (seis por cento) pela não celebração do contrato ou da ata de registro de preços, sobre o valor de Adjudicação;

10.4.3 – 0,50% (zero vírgula cinquenta por cento) por dia de retardamento na execução do fornecimento ou serviço, sobre o valor do contrato ou da parcela inadimplida, até o limite de 30 (trinta) dias, após o que configurará inexecução do fornecimento ou serviço, sem prejuízo da possibilidade de rescisão unilateral da avença;

10.4.4 – 15% (quinze por cento) pela inexecução total ou parcial do fornecimento ou serviço, sobre o valor total do contrato ou da parcela inadimplida;

10.4.5 – 10% (dez por cento) pela falha na execução do contrato ou da ata de registro de preços, exceto quanto ao retardamento na execução ou à inexecução total ou parcial do fornecimento ou serviço, sobre o valor total do contrato ou da ata de registro de preços; e

10.4.6 – 20% (vinte por cento) pela fraude na licitação ou na execução do contrato ou da ata de registro de preços, comportamento inidôneo ou cometimento de fraude fiscal, sobre o valor total do contrato ou da ata de registro de preços.

10.5 A multa apenas será executada após regular processo administrativo, facultada a defesa prévia da licitante ou contratada, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação.

10.6 Se a multa aplicada for superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá a licitante ou contratada pela sua diferença, devidamente atualizada pelo Índice Geral de Preços - Mercado (IGP-M) ou equivalente, a qual será descontada dos pagamentos eventualmente a ela devidos ou cobrada judicialmente.

10.7 O atraso, para efeito de cálculo de multa, será contado em dias corridos, a partir do dia seguinte ao do vencimento do prazo de entrega de material ou execução de serviços, se dia de expediente normal no órgão ou entidade interessada, ou do primeiro dia útil seguinte.

10.8 Em despacho fundamentado do ordenador de despesas do órgão ou entidade interessada e desde que haja justificado interesse público, poderá ser relevada:

10.8.1 a aplicação de multa por atraso na entrega de material ou na execução de serviços não superior a 5 (cinco) dias; e

10.8.2 aplicação de multa cujo montante seja inferior ao dos custos de sua imposição.

10.9 A multa poderá ser aplicada cumulativamente com outras sanções segundo a natureza e a gravidade da falta cometida, consoante previsto no subitem 10.2, desde que observado o princípio da proporcionalidade.

10.10 Decorridos 30 (trinta) dias de atraso injustificado na entrega de material ou na execução de serviços, a Nota de Empenho ou contrato deverá ser cancelada ou rescindido, exceto se houver justificado interesse público em manter a avença, hipótese em que será aplicada multa na forma do subitem 10.4.2.

10.11 A multa prevista no subitem 10.4.5 não será aplicada nas hipóteses de rescisão contratual que não ensejem sanções.

13.12 A suspensão e o impedimento são sanções administrativas que temporariamente obstem a participação em licitação e a contratação, sendo aplicadas nos seguintes prazos e hipóteses:

10.12.1 por até 30 (trinta) dias, quando, vencido o prazo da Advertência, a licitante ou contratada permanecer inadimplente;

10.12.2 por até 90 (noventa) dias, quando a licitante deixar de entregar, no prazo estabelecido no Edital, os documentos exigidos, quer, via fax ou Internet, de forma provisória, quer, em original ou cópia autenticada, de forma definitiva;

10.12.3 por até 12 (doze) meses, quando a licitante ou contratada ensejar o retardamento da execução do certame, não mantiver a proposta, falhar ou fraudar na execução do contrato, comportar-se de modo inidôneo, fizer declaração falsa ou cometer fraude fiscal; e

10.12.4 por até 24 (vinte e quatro) meses, quando a licitante ou contratada:

10.12.4.1 apresentar documentos fraudulentos, adulterados ou falsificados nas licitações,

objetivando obter, para si ou para outrem, vantagem indevida;

10.12.4.2 praticar atos ilegais ou imorais visando frustrar os objetivos da licitação ou da contratação; ou

10.12.4.3 for multada, e não efetuar o pagamento.

10.13 O prazo previsto no item 10.12.4 poderá ser aumentado até 5 (cinco) anos.

10.14 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar será aplicada à vista dos motivos informados na instrução processual, podendo a reabilitação ser requerida após 2 (dois) anos de sua aplicação.

10.14.1 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar permanecerá em vigor enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a sanção, a qual será concedida sempre que a contratada ressarcir os prejuízos resultantes da sua conduta e depois de decorrido o prazo das sanções de suspensão e impedimento aplicadas.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DA VIGÊNCIA E DO REAJUSTE

11.1 A vigência do Contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir de sua assinatura, podendo, a critério do Contratante, mediante aditivo, ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, nos moldes do art. 57, II da Lei 8.666/93.

11.2 Decorridos 12 (doze) meses da data da assinatura do contrato, o seu valor poderá ser reajustado, alcançando a data de formulação da proposta e aplicando-se o índice IPCA acumulado no período, a requerimento da contratada, e caso se verifique hipótese legal que autorize reajustamento.

11.3 Caso o índice estabelecido para reajustamento venha a ser extinto ou de qualquer forma não possa mais ser utilizado, será adotado em substituição o que vier a ser determinado pela legislação então em vigor.

11.4 Na ausência de previsão legal quanto ao índice substituto, as partes elegerão novo índice oficial, para reajustamento do preço do valor remanescente.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DA RESCISÃO

12.1 O Contratante poderá considerar rescindido o contrato, de pleno direito, independentemente de notificação judicial, sem que assista à Contratada o direito a qualquer indenização, nos casos e formas fixados na Lei 8.666/93.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DA ALTERAÇÃO

13.1 O contrato poderá ser alterado nas hipóteses previstas no art. 65 da Lei nº 8.666/93.

CLÁUSULA QUARTA - DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

14.1 O presente ajuste vincula-se ao instrumento convocatório pertinente em todos os seus termos e à proposta do Contratante, sendo os casos omissos resolvidos de acordo com a legislação aplicável à espécie.

14.2 A Contratada fica obrigada a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas para a contratação.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DA PUBLICAÇÃO

15.1 Em cumprimento ao disposto no Parágrafo único do Art. 61 da Lei 8.666/93, incumbirá ao Contratante providenciar a publicação da súmula deste ajuste e de seus eventuais termos aditivos no Diário Eletrônico da Justiça.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DO FORO

16.1 É competente o foro da Comarca de Maceió/AL, para dirimir quaisquer litígios oriundos da presente avença.

E, para firmeza e como prova de assim haverem entre si ajustado e contratado, assinam o presente em três vias de igual teor e forma, para que produza seus legais e jurídicos efeitos.

Maceió, _____ de _____ de 20XX.

CONTRATANTE

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

DEPARTAMENTO CENTRAL DE AQUISIÇÕES

ANEXO VII

TERMO DE REFERÊNCIA

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

TERMO DE REFERÊNCIA Nº 03/2021 – RSM - DGC

Processo Administrativo nº 2021/6916

1. UNIDADE REQUISITANTE:

DIRETORIA DE COMUNICAÇÃO - DICOM

2. RESPONSÁVEL PELO PEDIDO:

ALLAN RAFHAEL MUNIZ DE OLIVEIRA

3. OBJETO:

Contratação de agência de publicidade e propaganda para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão de execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação referentes às atividades do Poder Judiciário de Alagoas, com base na Tabela Referencial de Custos Internos da ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade – Alagoas (Anexo I).

4. JUSTIFICATIVA:

O serviço prestado por este Tribunal de Justiça é de extrema importância para toda sociedade. As diversas ações promovidas por este poder impactam diretamente e positivamente vários setores da sociedade.

De tal modo, divulgar tais ações é de grande importância a fim de que este poder seja reconhecido como uma Justiça célere e efetiva.

Contudo o Poder Judiciário de Alagoas não dispõe, em seus quadros, de profissionais especializados na criação de produtos visuais, gráficos, embora haja crescente demanda por parte de diversos setores da Corte estadual para que se criem produtos por meio dos quais pode impactar públicos diversos usando redes sociais e/ou canais tradicionais de comunicação social.

5. ESPECIFICAÇÕES:

5.1 Este projeto foi elaborado de acordo com o estabelecido nas Leis nº 12.232/2010, e 8.666/93 e no art. 5º, do Ato Normativo nº 15, de 27 de setembro de 2006. A Lei 4.680/1965 também norteia as regras deste projeto.

5.2 Compreendem os serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objeto 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.

5.3 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;

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

b) Ao planejamento e à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;

c) À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.

5.3.1 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no **subitem 5.3, “b”**, terão a finalidade de:

a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Poder Judiciário de Alagoas, 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.

5.4 Não se confundem com o objeto desta licitação, estando, portanto, fora da contramão, as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.

5.4.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no **subitem 5.4** 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.

5.5 Para a prestação de serviços será contratada uma Agência de Propaganda, doravante denominada AGÊNCIA, que tenha suas atividades disciplinadas pela Lei 4.680/65 e que tenha obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei 12.232/2010.

5.5.1 A Agência atuará de acordo com solicitação do Poder Judiciário de Alagoas.

5.5.2 A Agência atuará por conta e ordem do Poder Judiciário de Alagoas na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares a que se refere o **subitem 5.2**, e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias.

5.5.3 A Agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto desta licitação.

5.6 O Poder Judiciário de Alagoas poderá investir em publicidade, por meio da agência vencedora da licitação, até R\$ 950.000,00, no período de vigência do contrato.

5.7 O Poder Judiciário de Alagoas somente pagará os serviços efetivamente realizados, não estando obrigado a investir o total de recursos estabelecido no **item 5.6**, e sua decisão não gerará à agência vendedora da licitação a garantia ou o direito de requerer indenização por quaisquer perdas ou danos.

5.8 O pagamento da Administração à agência contratada, pelos serviços prestados na etapa de criação tomará como parâmetro os custos internos (criação) constantes do Anexo I, definidos com base na Tabela Referencial de Custos Internos da ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade – Alagoas, edição vigente.

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

5.8.1 O Poder Judiciário de Alagoas Administração pagará a agência contratada honorários de até 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços especializados referentes a atividades complementares tomadas junto a fornecedores. Quando a responsabilidade da agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento dos serviços especializados, a Administração pagará honorários de até 5% (cinco por cento), tudo em observância aos regramentos do Conselho Executivo de Normas Padrão da Atividade Publicitária.

5.8.2 A Agência contratada é responsável pelos custos de criação, mas intermediadora da contratação de serviços complementares, como produção e veiculação, conforme parágrafo 1º, do art. 2º da Lei 12.232/2010.

6. CONDIÇÕES GERAIS DE PARTICIPAÇÃO

6.1 A participação nesta Concorrência implica para a licitante:

- a) A aceitação plena e irrevogável das normas constantes do presente instrumento e dos seus Anexos;
- b) A confirmação de que recebeu da Comissão o **invólucro N° 1**, bem como todos os documentos e informações necessárias à participação nesta licitação;
- c) A observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor;
- d) A responsabilidade pela veracidade das informações e dos documentos que apresentar durante a licitação;

6.2 Não poderão participar da licitação empresas:

- a) Punidas nos termos dos incisos III e IV do artigo 87 da Lei nº 8.666/93
- b) Cujo dirigente seja funcionário e/ou prestador de serviços do Poder Judiciário de Alagoas;
- c) Que se encontrem sob falência decretada, concordata/recuperação judicial e extrajudicial, concurso de credores, dissolução ou liquidação.

6.3 Não é permitida:

- a) A participação de consórcio de empresas;
- b) A participação de licitante com mais de uma proposta.

6.4 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.

6.5 Poderão participar da licitação as agências integrantes de um mesmo grupo – assim entendidas, para efeito deste instrumento, aquelas que tenham diretores ou sócios em comum.

7. APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES E CARTA DE CREDENCIAMENTO

7.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão acondicionada em três invólucros distintos, conforme subitens 7.2, 7.3, e 7.4, e a Proposta de Preço, no invólucro nº 4, conforme subitem 9.5, na data, hora e local indicados no tópico “Reunião de Licitação” do preâmbulo deste instrumento.

7.1.1 O invólucro nº 1 será padronizado e fornecido pelo Poder Judiciário de Alagoas mediante solicitação formal da licitante à Comissão pelo e-mail licitação@tjal.jus.br ou de segunda a sexta-feira, das 8h30 às 12h00 ou das 14h30 às 17h00 horas, no endereço **Tribunal de Justiça de Alagoas, Edifício Anexo I, 1º andar, sala 12 – Praça Marechal Deodoro, Maceió- AL, CEP 57020-919**

7.1.1.1 O invólucro nº 1 deverá ser retirado por portador da empresa munido de solicitação formal do edital, por meio de documento constando os seguintes dados: nome empresarial, CNPJ, endereço, telefone e e-mail.

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

7.1.2 Os invólucros nº 2, nº 3 e nº 4, serão providenciados pela licitante e deverão ser adequados às características de seu conteúdo, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam até sua abertura.

ATENÇÃO: O invólucro nº 5, contendo os Documentos de Habilitação, deverá ser entregue em sessão pública específica, **nos termos do item 11.**

INVÓLUCRO Nº 1

7.2 No invólucro nº 1, invólucro padronizado fornecido pelo Poder Judiciário de Alagoas, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que trata o **subitem 8.2, caput e inciso II, “a”**.

7.2.1 O invólucro nº 1 deverá estar em fechamento e sem rubrica.

7.2.2 Para preservar, até a abertura do invólucro nº 2, o sigilo quanto a autoria do Plano de Comunicação Publicitária – **VIA NÃO IDENTIFICADA**, o invólucro nº 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 nº 2;
- II. Estar danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

ATENÇÃO: Recomenda-se cuidado no manuseio do invólucro nº 1, a fim de evitar que qualquer dano ou deformação venha a gerar, **nos termos do subitem 13.8.2**, o impedimento em participar desta licitação.

INVÓLUCRO Nº 2

7.3 No invólucro nº 2, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o **subitem 7.2, caput e inciso II, “b”**.

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

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO nº. 2
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA
PODER JUDICIÁRIO DE ALAGOAS.....
EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)
CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

INVÓLUCRO nº 3

7.4 No invólucro nº 3, deverão estar acondicionados os cadernos específicos, documentos e informações referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 8.3. a 8.5.

7.4.1 O invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte

identificação: PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO Nº 3
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE
COMUNICAÇÃO
PODER JUDICIÁRIO DE ALAGOAS.....

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

CONCORRÊNCIA No.....

EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)

CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

O invólucro nº 3, assim como os cadernos específicos, documentos e informações que o compõem, não poderá 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 nº 2.

INVÓLUCRO Nº 4

7.5 O invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho com a seguinte identificação:

PROPOSTA DE PREÇO – INVÓLUCRO Nº 4

PODER JUDICIÁRIO DE ALAGOAS.....

CONCORRÊNCIA No.....

EMPRESA (indicar o nome da empresa licitante)

CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

8. DA PROPOSTA TÉCNICA

8.1 A Proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária, elaborado com base no *briefing* fornecido pela Diretoria de Comunicação (Anexo II), e de um conjunto de informações referentes à licitante. A proposta deverá ser estruturada de acordo com os requisitos e sub quesitos 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	

8.1.1 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

8.2 O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos sub quesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no *briefing* – **Anexo II** e nas orientações deste instrumento, observadas especialmente as seguintes previsões:

I- Formação realizada conforme subitens 8 2.5 a 8.2.9

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

II- Elaboração em 2 (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 nº 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 materiais da Ideia Criativa a que se refere o **subitem 8.2.3.2** – 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:

8.2.1 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 do PODER JUDICIÁRIO DE ALAGOAS, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.

8.2.2 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, **compreendido:**

I. Explicação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu Raciocínio Básico, devem fundamentar a Proposta de solução publicitária;

II. Explicação 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.

8.2.3 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.

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

8.2.3.1.1 A relação deverá indicar as peças e/ou material que foram corporificados nos termos do subitem **8.2.3.2**.

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

I. Ser apresentados sob a forma de:

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

- 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 da característica da peça e/ou material, observadas as seguintes regras:

- a) Cada redução e/ou variação de formato será considerada 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 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 encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças.

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

8.2.3.2.2 Para a produção dos exemplos de peças ou materiais **não serão** aceitas capturas de vídeo.

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

8.2.3.2.4 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 8.2.5, VIII**, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e/ou materiais a que se refere o subitem 7.2.3.1.

8.2.3.2.5 Os storyboard 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, swf e mov.

8.2.3.2.6 Os exemplos de peças e/ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro nº 1, observado o disposto no subitem 9.2.2, II.

8.2.3.2.6.1 Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

8.2.3.2.6.2 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.

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

8.2.4 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 materiais constantes da relação prevista no subitem 8.2.3.1.

8.2.4.1 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:

8.2.4.1.1 Para fins desta Concorrência, consideram-se Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

8.2.4.2 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 repasse da parte do 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.

FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

8.2.5 O caderno específico que compor 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 A4 branco, 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 2cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

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 de páginas em fonte “arial”, cor “preto automático”, tamanho “12 pontos”;

IX – Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos.

8.2.6 Os textos do Raciocínio Básico da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e/ou materiais prevista no **subitem 8.2.3.1** estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e a contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.

8.2.6.1 Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

8.2.7 Os exemplos de peças e/ou materiais integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados:

I. Separadamente (soltas) do caderno de que trata o subitem **8.2.5**;

II – Adequados às dimensões do invólucro nº 1, cabendo à licitante observar o disposto no **subitem 7.2.2, II**;

8.2.8 As tabelas e os 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 “pontos”;

III – Ser apresentados em papel A3 dobrado, que será considerado 2 (duas) páginas para efeito do **subitem 8.2.6**.

8.2.9 As tabelas, os gráficos e as planilhas integrantes dos 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.

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

8.3 A Capacidade de Atendimento da licitante deverá ser constituída por caderno específico composto de 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;

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

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 resumindo 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 instrumento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia do PODER JUDICIÁRIO DE ALAGOAS.

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 do 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 do Poder Judiciário de Alagoas, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

8.3.1 Os documentos e as informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 8.3 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, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

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

III - REPERTÓRIO

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

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

I – As peças e/ou materiais devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2009;

II – As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas);

III – As peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentados 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 materiais não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que o PODER JUDICIÁRIO DE ALAGOAS seja ou tenha sido signatário;

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, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante da forma de seus atos constitutivos;

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

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

8.4.1.1 Para cada peça e/ou material previsto no subitem 8.4.1, 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 de 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.

8.4.1.2 A apresentação de peças e/ou material em número inferior ao exigido no subitem 8.4.1 implica, para esse quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

8.4.1.2.1 A proporcionalidade a que se refere o subitem 8.4.1.2 será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no **subitem 10.3, III**.

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

IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

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

8.5.1 As propostas de que trata o subitem 8.5. devem ter recebido autorização para sua produção ou ter sido veiculadas **a partir de 1º de janeiro de 2009**.

8.5.2 A apresentação de apenas 1(um) relato no caderno específico implica, para esse quesito, pontuação máxima equivalente à metade da pontuação máxima prevista no **subitem 10.3, IV**.

8.5.3 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que o PODER JUDICIÁRIO DE ALAGOAS seja ou tenha sido signatário.

8.5.3.1 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.

8.5.3.2 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.

8.5.4 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 8.5** – independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

I – As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pendrive, DVD ou CD, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas):

II – As peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no **subitem 8.5**, ou ser apresentadas separadamente (soltas), preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais:

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

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

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

8.5.5 Os documentos e as informações que compõem o caderno específico mencionado no **subitem 8.5** deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4, com ou sem 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.

8.5.5.1 Qualquer página com os documentos e as informações do caderno específico poderá ser editada em papel A3 dobrado, caso em que, para fins do limite previsto no **subitem 8.5.**, **o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.**

9. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

9.1 A Proposta de preço deverá ser elaborada informando o percentual de honorário incidente sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material, assim à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, com consonância com novas tecnologias, e o desconto a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos da Associação Brasileira de Agências de Publicidade (ABAP) – 2021, nos termos do art. 11 da Lei 4.680/65, observando-se ainda que:

I – Não será aceito percentual de honorários superior a **15% (quinze por cento)** e **nem abaixo de 10% (dez por cento)** sobre os serviços externos de produção;

II – Não será aceito desconto superior a **40% (quarenta por cento)** sobre a Tabela Referencial de Custos Internos da Associação Brasileira de Agências de Publicidade (ABAP).

III – Não será aceito honorário com desconto superior a **10% (dez por cento)** e **nem abaixo de 5% (cinco por cento)** sobre os custos comprovados de serviços especializados realizados por terceiros, sob supervisão da agência, quando a responsabilidade desta se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento desses serviços ou suprimentos.

IV – Os honorários incidentes sobre os serviços de pesquisa de pré-testes sobre campanhas e peças publicitárias desenvolvidas pela agência acompanharão a disposição do **item 9.1**, I acima.

V – Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

VI – Os percentuais de descontos e honorários propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração sob alegação de erro. Omissão ou qualquer outro pretexto;

VII – Os percentuais de descontos e honorários 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.);

VIII – Os honorários propostos deverão observar o item 16; **X**

– A Proposta de Preço deverá ter declaração da licitante:

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

- 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 ao Poder Judiciário de Alagoas as vantagens obtidas;
- b) Informado estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Minuta de Contrato.

9.2 A Proposta de Preço poderá adotar o modelo sugerido **NO EDITAL** e deverá ser:

I – Datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos;

II – Firme e precisa, sem propostas alternativas ou condicionadas que induzam o julgamento a ter mais de um resultado.

9.2.1 Serão analisadas apenas as Propostas de Preço das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.

9.2.2 A classificação das Propostas de Preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, **sendo considerada a de menor preço aquela que receber melhor pontuação**, referente à concessão de percentual de honorários sobre produção externa e de percentual de descontos sobre a Tabela Referencial de Custos Internos da Associação Brasileira de Agências de Publicidade (ABAP).

9.2.3 O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias, a contar da data de abertura da Reunião de Licitação, indicada na epígrafe deste edital.

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 2º, incisos I e II da Lei 8.666/93, sendo estabelecido **o peso 0,70 para a Proposta Técnica e o peso 0,30 para a Proposta de Preço**.

10.2 O Julgamento das Propostas Técnicas será realizado pela Subcomissão Técnica, prevista **no item 12**, que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela licitante:

I- PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

a) Raciocínio Básico – a **acuidade** de compreensão sobre:

I. Conhecimento das características gerais do Poder Judiciário de Alagoas;

II. Conhecimento genérico dos serviços prestados pelo Poder Judiciário de Alagoas;

III. Adequada compreensão da linha de atuação específica do Poder Judiciário de Alagoas, da natureza, da extensão e da qualidade das relações de Comunicação do Poder Judiciário de Alagoas com seus públicos;

IV. Acuidade de compreensão do papel de Comunicação do Poder Judiciário de Alagoas no atual contexto social, político e econômico

V. O desafio de comunicação;

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

VI. As necessidades de comunicação do PODER JUDICIÁRIO DE ALAGOAS para enfrentar o desafio de comunicação.

b) Estratégia de Comunicação Publicitária

I. Adequação do partido temático e do conceito proposto à natureza e à adequação do Poder Judiciário de Alagoas e ao desafio de comunicação;

II. Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto;

III. Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Poder Judiciário de Alagoas com seus Públicos;

IV. Adequação e exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação;

V. Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;

VI. Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação do PODER JUDICIÁRIO DE ALAGOAS, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seu público, os objetivos gerais e específicos de comunicação e a verba disponível.

c) Ideia Criativa

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 do PODER JUDICIÁRIO DE ALAGOAS, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico;

VIII. Desdobramentos comunicativos que enseja conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados;

IX. Exigibilidade das peças e/ou materiais;

X. Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou materiais aos meios e aos públicos propostos.

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia

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 dos materiais em relação aos dois subitens anteriores **(10.2, I, d, “I” e “II”)**;

IV – Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou materiais;

VI – Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

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 do Poder Judiciário de Alagoas;

d) Adequação das instalações, da Infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

e) Operacionalidade do relacionamento entre o Poder Judiciário de Alagoas e a licitante, esquematizado na proposta;

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

III – REPERTÓRIO

a) Ideia Criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs 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

a) Evidência de planejamento publicitário;

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

c) Relevância dos resultados apresentados;

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

d) Concatenação lógica da exposição.

10.3 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de **100 (cem) pontos** e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesito e subquesito:

I – Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)	
a)	Raciocínio Básico: 5 (cinco)
b)	Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)
c)	Ideia Criativa: 25 (vinte e cinco)
d)	Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)
II – Capacidade de Atendimento: 15 (quinze)	
III – Repertório: 10 (dez)	
IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez)	

10.3.1 Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no item 10.3., obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.

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

10.3.3 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, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

10.3.3.1 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito 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 ao subquesito reavaliado, a qual será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

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

10.4 Será desclassificada a licitante que:

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

II – Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos de sua Proposta Técnica;

III – Não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica, **a nota mínima de 70 (setenta) pontos;**

IV – Tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.

10.5 Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota, observadas as condições mínimas indicadas no subitem 10.4, II e III.

10.6 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

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

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.

10.6.1 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 13.9, ou em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

10.7. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas Técnicas a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica.

JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

10.8. Na sessão publicada designada pela Comissão de Licitações serão abertos os Invólucros nº 4 – Proposta Comercial que serão rubricados pela Comissão de Licitação e pelas agências presentes.

10.8.1. Uma vez classificadas as Propostas Comerciais, será composto o preço de referência através da fixação dos menores custos de todas as propostas das licitantes classificadas tecnicamente, ou seja, a referência deverá representar a maior vantagem ofertada, extraíndo-se de todas as classificadas os itens de melhor preço (menores honorários e maiores descontos, nos limites estabelecidos por este instrumento) de forma que seja auferida a maior vantagem econômica aos cofres públicos.

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

a) Desconto sobre honorários de produção externa, fixados nos limites estabelecidos no quesito 8, I:	
- Maior desconto:	20 pontos
Segundo maior desconto	15 pontos
Terceiro maior desconto	12 pontos
Quarto maior desconto	10 pontos
Quinto maior desconto	5 pontos
b) Desconto sobre a Tabela Referencial de Custos Internos da Associação Brasileira de Agências de Publicidade (ABAP), fixados nos limites estabelecidos no quesito 8, II:	
- Maior desconto:	20 pontos
Segundo maior desconto	15 pontos
Terceiro maior desconto	12 pontos
Quarto maior desconto	10 pontos
Quinto maior desconto	5 pontos
c) Percentual de honorários que cobrará sobre os custos comprovados de serviços especializados realizados por terceiros, sob supervisão da agência, quando a responsabilidade desta se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento desses serviços ou suprimentos, ou seja, quando realizados extremamente e intermediados pela Agência, conforme quesito 8, III	
Maior desconto	20 pontos
Segundo maior desconto	15 pontos
Terceiro maior desconto	12 pontos
Quarto maior desconto	10 pontos
Demais descontos	5 pontos

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

10.8.3 Será considerada a melhor proposta comercial aquela que atingir a maior pontuação através da fórmula abaixo:

NFPC = Nota Final da Proposta Comercial

D1 – Desconto concedido sobre honorários de produção externa

D2 – Desconto sobre a Tabela Referencial de Custos Internos da Associação Brasileira de Agências de Publicidade (ABAP)-2021

D3 – Desconto sobre o percentual de honorários que cobrará sobre os custos comprovados de serviços especializados realizados por terceiros, sob supervisão da agência, quando a responsabilidade desta se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento desses serviços ou suprimentos

$$\text{NFPC} = \frac{\text{D1} + \text{D2} + \text{D3}}{3}$$

JULGAMENTO DA MELHOR PROPOSTA, APLICANDO-SE A MÉDIA PONDERADA ENTRE A MELHOR PROPOSTA TÉCNICA E A MELHOR PROPOSTA DE PREÇOS

10.9. 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:

$$\text{PF} = (\text{NFPT} \times 0,70) + (\text{NFPC} \times 0,30)$$

PF = Pontuação Final

NFPT = Pontuação Final relativa à Proposta Técnica

NFPC = Pontuação Final relativa à Proposta Comercial

10.9.1 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) **Ideia Criativa;**
- c) **Raciocínio Básico e Estratégia de Mídia e Não Mídia.**

10.9.2 Após a utilização do critério de desempate disposto no item 10.9.1., persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio.

10.9.3 Não se considerará nenhuma oferta ou vantagem não prevista neste instrumento, nem percentual de desconto ou vantagem, baseado em ofertas de outras licitantes.

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

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

10.9.5 Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas a licitante mais bem classificada no julgamento final, com a aplicação da média ponderada entre as Propostas Técnicas e de Preços observado o disposto no subitem quesito 10.9.

11. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

11.1 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.

11.1.1 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 13.12**.

11.2 Os Documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no invólucro no 5, que deverá ser apresentado fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – INVÓLUCRO No 5

PREFEITURA MUNICIPAL DE.....

CONCORRÊNCIA No.....

EMPRESA: (indicar o nome da empresa da licitante)

CNPJ: (indicar o CNPJ da licitante)

11.2.1 O invólucro no 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.

11.2.2 Os documentos de Habilitação deverão ser apresentados em uma única via, acondicionados em caderno único, ter as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante, a partir da primeira página interna, 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.

11.3 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.

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

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 rimeio na mento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

11.3.1 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 - Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social - CND;

V - Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS;

VI - Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas - CNDT;

VII - certidões negativas de débitos ou não, expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante.

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

11.3.1.2 Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

11.3.1.3 Será considerada 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.

11.3.2 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-Fadrão (CENP);

II - declaração (ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante presta (ou) à(s) declarante(s) serviço de publicidade cujas atividades sejam, pelo menos, similares às do objeto deste Edital, conforme ANEXO 4;

11.3.3 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;

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

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

b) será considerada válida pelo prazo de 80 (cento e oitenta) 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 as normas contábeis que regem a matéria;

c) o patrimônio líquido poderá ser atualizado pelo IGPM-FGV quando o balanço estiver encerrado há mais de 3 (três) meses da data da licitação.

11.3.3.1 A licitante deverá comprovar que possui, na data do recebimento do invólucro no 5:

I - patrimônio líquido igual ou superior a **RS 95.000,00 (noventa e cinco mil reais)** (atenção: o limite para essa exigência é de 10% do valor do contrato);

11.3.3.1.1 Para a comprovação do Patrimônio Líquido e dos índices contábeis, o cálculo sobre o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis do último exercício social deverão ser realizados pela licitante e confirmados 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.

11.3.3.1.2 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).

11.3.4 A licitante também deverá incluir no invólucro no 5 declaração elaborada conforme modelo do Anexo 3-1, **afirmando:**

I - conhecimento do instrumento convocatório;

II - atendimento ao art. 27, inciso V, da Lei 8.666/93;

III - inexistência de impedimento para a participação;

IV - elaboração independente da Proposta.

V - não incidir nas práticas de nepotismo vedadas pela Resolução do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) número 7, de 18 de outubro de 2005, tampouco nos impedimentos previstos pela Resolução 156, de 8 de agosto de 2012.

11.4 O CNPJ da licitante deverá ser o mesmo compreendido no cadastro junto à Prefeitura 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.

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

11.4.1 Excetuam-se da restrição a que se refere o subitem 11.4. os documentos que, por sua própria natureza, forem comprovadamente emitidos somente em nome da matriz ou da filial.

11.5 Não serão aceitos "protocolos de entrega" ou "solicitação de documentos" expedidos por quaisquer órgãos, em substituição aos documentos exigidos neste Edital

11.6 A licitante que se alegar desobrigada de apresentar qualquer um dos Documentos de Habilitação deverá inserir no invólucro nº 5 declaração ou certificado expedido por órgão competente ou legislação em vigor que comprovem essa condição.

11.7 A verificação pela Comissão nos sites oficiais das entidades emissoras de certidões constitui meio legal de prova.

11.8 Serão consideradas habilitadas as licitantes classificadas que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital.

12. SUBCOMISSÃO TÉCNICA

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

12.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

12.2.1 Um dos membros da Subcomissão Técnica não poderá ter vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Poder Judiciário de Alagoas.

12.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica ocorrerá por sorteio, em sessão pública, dentre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 9 (nove) integrantes, previamente cadastrados pelo Poder Judiciário de Alagoas.

12.3.1 A relação de nomes será publicada no **Diário da Justiça Eletrônico**, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio

12.3.2 Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação de nomes, mediante apresentação de justificativa à Comissão.

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

12.3.2.2 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 12.

12.3.2.3 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 12.3.

12.3.2.4 Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

12.3.3 A sessão pública para o sorteio será realizada em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no **subitem 12.3.1**. E a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

12.3.4 O sorteio, processado pela Comissão, será realizado em duas etapas:

I - 1 (um) membro que não tenha vínculo com o Poder Judiciário de Alagoas;

II - 2 (dois) membros que tenham vínculo com o Poder Judiciário de Alagoas

12.3.5 Além das demais atribuições previstas neste instrumento, caberá à Subcomissão Técnica, quando solicitado pela Comissão, manifestar-se sobre eventuais recursos de licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.

13. REUNIÃO DE LICITAÇÃO

13.1 A reunião de licitação será realizada em 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste instrumento e na legislação.

13.1.1 Todos os fatos relevantes, pertinentes ao objeto da licitação, ocorridos durante a Reunião de Licitação, serão registrados em ata circunstanciada.

13.2 A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 6.2. (Credenciamento)

13.3 Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns dentre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas Técnicas, de Preço e os Documentos de Habilitação nas respectivas sessões públicas.

13.4 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 ao julgamento da Subcomissão Técnica, por esta Subcomissão, desde que não firam o entendimento da proposta e o ato não acarrete violação dos princípios básicos da licitação.

13.5 Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preço.

13.6 A Comissão poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspende-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

13.7 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

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

13.8 A abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previstos 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 6.2.;

II - apresentação à Comissão dos invólucros n.º 1, 2, 3 e 4.

III - exame da conformidade dos invólucros com as disposições deste Edital;

IV - rubrica no fecho dos invólucros n.º 2 e 4 e subsequente acondicionamento desses invólucros em receptáculo específico com rubrica no seu respectivo fecho pela Comissão e pelos representantes das licitantes;

V - abertura dos invólucros n.º 1 e 3, exame e rubrica de seus respectivos conteúdos pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes.

13.8.1 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.

13.8.2 O invólucro n.º 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.º 2;

II - não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

13.8.2.1 O não recebimento do invólucro n.º 1 implica o não recebimento dos demais invólucros da licitante e seu consequente impedimento de participar da Concorrência.

13.8.3 A Comissão, antes da abertura dos invólucros no I, 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.

13.8.4 A Comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros n.º 1 nem nos documentos que compõem a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

13.8.5 Se, ao examinar e/ou rubricar os conteúdos dos invólucros n.º 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.

13.8.6 Os invólucros n.º 2 e 4 permanecerão fechados sob a guarda e a responsabilidade da Comissão.

13.8.7 Abertos os invólucros n.º 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo, decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

13.8.8 A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos invólucros n.º 1 e 3 observarão os seguintes procedimentos.

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

I - encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros n.º 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.º 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.

13.8.9 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 10.4, I, a 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.

13.8.9.10 O disposto no subitem 13.8.9. não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos invólucros n.º 2.

13.8.10 As planilhas previstas nos incisos III e VI do subitem 13.8.8. conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito 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

13.9 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (invólucros n.º 1 e 3), as respectivas planilhas de julgamento e os 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 os invólucros n.º 2 e 4;

III - abertura e rubrica do conteúdo dos invólucros n.º 2 e rubrica no fecho do invólucro n.º 4;

IV - cotejo das Vias Não Identificadas (invólucro n.º 1) com as Vias Identificadas (invólucro n.º 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, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica;

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

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 indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação.

TERCEIRA SESSÃO

13.10 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 no 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 do julgamento final das Propostas, quais sejam, as 5 (cinco) 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 indicação da ordem de classificação.

QUARTA SESSÃO

13.11 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 coleta de suas assinaturas na lista de presença;

II - recebimento e abertura dos invólucros no 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 indicação dos proponentes habilitados e dos inabilitados;

13.12 Na hipótese de todas as Propostas de Preço serem desclassificadas ou de todas as licitantes serem inabilitadas, a Comissão **poderá fixar as licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de novos documentos ou de outras propostas escoimadas** das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.

13.12.1 A nova documentação deve ser apresentada na forma prevista neste Edital, e entregue em sessão pública.

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

13.13. Decididos os recursos e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente, observado o subitem 13.3.1 homologará e adjudicará seu objeto à licitante vencedora.

14 RECURSOS ADMINISTRATIVOS

14.1 Dos atos decisórios ou que resultem em aplicação de penalidade cabe recurso, interposto em forma impressa, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata.

14.1.1 A intimação dos atos decisórios será feita mediante publicação na imprensa oficial, salvo para decisões sobre o recebimento e o julgamento das Propostas e sobre a habilitação ou a 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.

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

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

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

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

14.4 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.

14.5 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, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informados para decisão.

14.6 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.

15. PENALIDADES

15.1 As licitantes ou contratadas que, por qualquer forma, não cumprirem as normas de licitação ou dos contratos celebrados estão sujeitas às seguintes sanções, assegurados o contraditório e ampla defesa, nos termos do Decreto Estadual nº 68.119/2019:

15.2 advertência;

15.3 multa;

15.4 suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração Direta, Autárquica e Fundacional, as Empresas Públicas e Sociedades de Economia Mista e demais entidades controladas direta ou indiretamente pelo Estado de Alagoas;

15.5 declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

15.6 As sanções previstas nos subitens 17.2, 17.3 e 17.4 deste instrumento poderão ser aplicadas juntamente com a sanção de multa.

15.7 A advertência consiste em repreensão por escrito imposta pelo não cumprimento das normas de licitação ou dos contratos celebrados.

15.8 A multa deverá ser aplicada pelo ordenador de despesas ou outra autoridade competente, nos seguintes percentuais e hipóteses:

a) 0,33% (trinta e três centésimos por cento) por dia, pelo atraso, na entrega de material ou execução de serviços, calculado sobre o valor correspondente à parte inadimplente, até o limite de 9,9%, correspondentes a até 30 (trinta) dias de atraso;

b) 0,66 % (sessenta e seis centésimos por cento) por dia, pelo atraso na entrega de material ou execução de serviços, calculado, desde o primeiro dia de atraso, sobre o valor correspondente à parte inadimplente, em caráter excepcional e a critério do órgão ou entidade interessada, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias;

e) 5% (cinco por cento) por descumprimento do prazo de entrega, calculados sobre o valor total do contrato ou da Nota de Empenho, sem prejuízo da aplicação do disposto nos incisos I e II do art. 5º do supracitado Decreto;

d) 15% (quinze por cento) pela recusa injustificada em assinar o contrato ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido, em entregar total ou parcialmente o material ou em concluir o serviço, calculados sobre o valor correspondente à parte inadimplente;

e) 15% (quinze por cento) pela rescisão da avença, calculados sobre o valor total do contrato ou da Nota de Empenho; e

f) 20% (vinte por cento) pelo não cumprimento de qualquer cláusula do contrato, exceto quanto ao prazo de entrega, calculados sobre o valor total do contrato ou da Nota de Empenho.

15.9 A multa apenas será executada após regular processo administrativo, facultada a defesa prévia da licitante ou contratada, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação.

15.10 Se a multa aplicada for superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá a licitante ou contratada pela sua diferença, devidamente atualizada pelo índice Geral de Preços - Mercado (IGP-M) ou equivalente, a qual será descontada dos pagamentos eventualmente a ela devidos ou cobrada judicialmente

15.11 O atraso, para efeito de cálculo de multa, será contado em dias corridos, a partir do dia seguinte ao do vencimento do prazo de entrega de material ou execução de serviços, se dia de expediente normal no órgão ou entidade interessada, ou do primeiro dia útil seguinte.

15.12 Em despacho fundamentado do ordenador de despesas do órgão ou entidade interessada e desde que haja justificado interesse público, poderá ser relevada:

15.13 - a aplicação de multa por atraso na entrega de material ou na execução de serviços não superior a 5 (cinco) dias; e

15.14 - a aplicação de multa cujo montante seja inferior ao dos custos de sua imposição.

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

15.15 A multa poderá ser aplicada juntamente com outras sanções segundo a natureza e a gravidade da falta cometida, consoante previsto no subitem 17.1, desde que observado o princípio da proporcionalidade.

15.16 Decorridos 30 (trinta) dias de atraso injustificado na entrega de material ou na execução de serviços, a Nota de Empenho ou contrato deverá ser cancelada ou rescindido, exceto se houver justificado interesse público em manter a avença, hipótese em que será aplicada multa na forma do subitem 17.4

15.17 A multa prevista no subitem 17.8. a),b),c),d),e) e f) não será aplica nas hipóteses de rescisão contratual que não ensejem sanções.

15.18 A suspensão e o impedimento são sanções administrativas que temporariamente obstam a participação em licitação e a contratação, sendo aplicadas nos seguintes prazos e hipóteses:

15.19 - por até 30 (trinta) dias, quando, vencido o prazo da Advertência, a licitante ou contratada permanecer inadimplente;

15.20 - por até 90 (noventa) dias, quando a licitante deixar de entregar, no prazo estabelecido no Edital, os documentos exigidos, quer, via fax ou Internet, de forma provisória, quer, em original ou cópia autenticada, de Forma definitiva;

15.21 - por até 12 (doze) meses, quando a licitante ou contratada ensejar o retardamento da execução do certame, não mantiver a proposta, falhar ou fraudar na execução do contrato, comportar-se de modo inidôneo, fizer declaração falsa ou cometer fraude fiscal; e

15.22 - por até 24 (vinte e quatro) meses, quando a licitante ou contratada:

15.23 - apresentar documentos fraudulentos, adulterados ou falsificados nas licitações, objetivando obter, para si ou para outrem, vantagem indevida;

15.24 - praticar atos ilegais ou imorais visando frustrar os objetivos da licitação ou da contratação; ou

15.25 - for multada, e não efetuar o pagamento.

15.26 - O prazo previsto no item 8.4 poderá ser aumentado até 5 (cinco) anos.

15.27 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar será aplicada à vista dos motivos informados na instrução processual, podendo a reabilitação ser requerida após 2 (dois) anos de sua aplicação.

15.28 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar permanecerá em vigor enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a sanção, a qual será concedida sempre que a contratada ressarcir os prejuízos resultantes da sua conduta e depois de decorrido o prazo das sanções de suspensão e impedimento aplicadas.

16. CONTRATAÇÃO

16.1 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 do Poder Judiciário de Alagoas.

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

16.2 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.

16.3 A recusa em assinar o contrato ou o não atendimento das condições previstas no subitem 16.2. Implica a decadência do direito à contratação, sem prejuízo da aplicação de penalidades previstas no item 15.

16.3.1 A decadência do direito à contratação autoriza o Poder Judiciário de Alagoas 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 16.2 Assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato.

16.3.2 Não se aplicam às licitantes remanescentes as penalidades previstas no subitem 16.3.

16.4 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 18.

16.5 Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pelas respectivas licitantes adjudicatárias que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência.

16.6 A vigência do contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir de sua assinatura, podendo, a critério do contratante, mediante aditivo, ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, nos moldes do art. 57, II da Lei 8.666/93.

16.7 A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita nos termos do **item 9.1**

16.7.1 A forma e as condições de pagamento são as constantes da minuta do contrato.

16.8 As agências deverão centralizar o comando da publicidade do Poder Judiciário de Alagoas em Maceió, comprovando no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da data da assinatura do contrato, que têm nessa cidade estrutura de atendimento representada, no mínimo, **pelos profissionais indicados abaixo.**

I - dois na área de atendimento;

II - um na área de planejamento;

III - dois na área de criação;

IV - dois nas áreas de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica;

V - três na área de mídia.

17. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

17.1 A soma das despesas com o contrato resultante desta Concorrência está estimada em **R\$ 950.000,00** (novecentos e cinquenta mil reais) pelos primeiros 12 (doze) meses e será executada de acordo com o previsto no subitem 2.3.2.

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

17.1.1 As despesas decorrentes da contratação, objeto desta licitação, correrão por conta dos recursos consignados na reserva orçamentaria n° **3.3.3.90.39.00, do Fundo Especial de Modernização do Poder Judiciário (Funjuris), de acordo com processo administrativo n° 03958-1.2013.001** ("Outros serviços de terceiros P.J.).

17.2 O Poder Judiciário de Alagoas se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

17.3 A nota de empenho deverá ser emitida de forma estimativa e feita a conciliação contábil mês a mês.

18. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

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

18.1.1.1 Os serviços indicados no **subitem 5.2**. Deverão ser executados por meio dos profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na Proposta Técnica apresentada na Concorrência, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior mediante comunicação prévia ao Tribunal de Justiça de Alagoas.

18.1.2 Centralizar o comando da publicidade do Tribunal de Justiça de Alagoas em Maceió, 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 - o que é dispensado se a contratante tiver sede numa das cidades vizinhas a - pelos seguintes profissionais:

I - 1 (um) diretor de atendimento;

II - 1 (um) profissional de atendimento;

III - 1 (um) profissional de planejamento e pesquisa;

IV - 1 (uma) dupla de criação;

V - 2 (dois) profissionais de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica);

VI - 1 (um) diretor de mídia;

VII - 2 (dois) profissionais de mídia, sendo um para mídia digital

18.1.2.1 Os profissionais designados para o escritório da empresa em Maceió deverão ter experiência equivalente ou superior à daqueles indicados na proposta técnica.

18.1.2.2 A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar seus representantes em outros Estados ou cidades, desde que tenham experiência equivalente ou superior à 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.

18.1.3 O desempenho da CONTRATADA será permanentemente verificado pelo Tribunal de Justiça de Alagoas.

18.1.4 Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste CONTRATO, de acordo com os prazos e demais especificações estipulados pelo Tribunal de Justiça de Alagoas.

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

18.1.4.1 A CONTRATADA executará os serviços indicados no **subitem 5.2.** diretamente, com seus próprios recursos.

18.1.4.2 A CONTRATADA poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários à execução das atividades complementares a que se refere o **subitem 5.3.** Fornecedores de serviços especializados.

18.1.4.2.1 A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de serviços especializados deverá ser submetida a prévia e expressa autorização do Tribunal de Justiça de Alagoas e implica a atuação da CONTRATADA por conta e ordem do Tribunal de Justiça de Alagoas.

18.1.4.2.2 O Tribunal de Justiça de Alagoas deverá ser previamente identificada na contratação de veículos de divulgação.

18.1.4.2.3 Cabe 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 pelo Tribunal de Justiça de Alagoas.

18.1.5 Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação - inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pelo Tribunal de Justiça de Alagoas -, respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os danos e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.

18.1.5.1 Alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados deverão ser tempestiva e formalmente comunicados ao Tribunal de Justiça de Alagoas, devendo a CONTRATADA adotar providências imediatas para solucionar a pendência.

18.1.5.1.1 A culpa do fornecedor de serviços especializados, do veículo de distribuição ou da CONTRATADA, que repercuta na plena execução dos serviços contratados implica a revisão das obrigações e dos pagamentos dos contratos por esta firmados, na medida das consequências do ato nos serviços acordados.

18.1.5.1.2 O aumento de despesas ou a perda de descontos para o Tribunal de Justiça de Alagoas, gerados em decorrência de ação culposa da CONTRATADA, deverá ser ressarcido pela CONTRATADA ao Tribunal de Justiça de Alagoas em até 2 (dois) dias úteis contados do recebimento da notificação de ressarcimento por este encaminhada.

18.1.5.1.2.1 Se o ressarcimento não for realizado no prazo indicado no **subitem 18.1.5.1.2** O valor poderá ser glosado pelo Tribunal de Justiça de Alagoas ou descontado da garantia contratual, acrescido da atualização monetária desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação *pro rata tempore* do IGPM (FGV).

18.1.6 Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme aprovação da Tribunal de Justiça de Alagoas e atestar a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.

18.1.7 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.

18.1.7.1 Pertencem ao Tribunal de Justiça de Alagoas, devendo-lhes ser transferidas, as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação realizada diretamente ou

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.

18.1.7.1.1 O disposto no **subitem 18.1.7.1** Não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei 12.232/2010

18.1.7.1.2 A CONTRATADA não poderá sobrepor os planos de incentivo aos interesses do Tribunal de Justiça de Alagoas, 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.

18.1.7.2 Nos casos de reutilizações de peças publicitárias do Tribunal de Justiça de Alagoas, a CONTRATADA deverá negociar sempre as melhores condições de preço, observados os percentuais máximos constantes do **subitem 5.8.1**.

18.1.8. Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados ao Tribunal de Justiça de Alagoas:

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 no Tribunal de Justiça de Alagoas 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 ao Tribunal de Justiça de Alagoas, por escrito, para decisão sobre a contratação.

III - exigir do fornecedor que a cotação seja apresentada no original, 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 dos produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;

c) Seja apresentada juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está inscrito - e em atividade - no CNPJ ou no CPF e no Cadastro de Contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

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

18.1.8.1 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 do Tribunal de Justiça de Alagoas.

18.1.8.2 O Tribunal de Justiça de Alagoas procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

18.1.8.3 Se e quando julgar conveniente, o Tribunal de Justiça de Alagoas poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

18.1.8.4 As disposições do **subitem 18.1.8**. Não se aplicam à compra de mídia.

18.1.8.5 As condições do **subitem 18.1.8. I e II**, não se aplicam à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado.

18.1.9 Encaminhar, após a aprovação do serviço pelo Tribunal de Justiça de Alagoas 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 Betacam e/ou DVD e/ou arquivos digitais;

II - Internet: cópias em CD;

III - Rádio: cópias em CD, com arquivos digitais;

IV - Mídia impressa e materiais publicitários: cópias em CD, com arquivos em alta resolução, finalizados, sendo uma cópia aberta e urna fechada

18.1.9.1 As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, se garantido o atendimento à solicitação do Tribunal de Justiça de Alagoas.

18.1.9.2 Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pelo Tribunal de Justiça de Alagoas.

18.1.9.3 Caso as mídias indicadas **nos incisos I a IV do subitem 18.1.9** se tornem tecnologicamente obsoletas, o Tribunal de Justiça de Alagoas indicará mídia substituta para envio da cópia das peças produzidas.

18.1.10 Disponibilizar ao Tribunal de Justiça de Alagoas informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.

18.1.1. Produzir e entregar em meio impresso, assim como em CD ou em DVD ou outro meio magnético indicado pelo Tribunal de Justiça de Alagoas, portfólio dos trabalhos realizados para o Tribunal de Justiça de Alagoas.

18.1.11.1 O portfólio deverá ser entregue anualmente, até o final do mês de janeiro, e abranger todas as ações realizadas neste CONTRATO durante o ano civil anterior.

18.1.11.1.1 No final da vigência deste CONTRATO, deverá ser entregue um portfólio com os trabalhos realizados após a entrega do portfólio anterior.

18.1.11.2 O portfólio deverá ser apresentado conforme modelo sugerido pela CONTRATADA e previamente aprovado pelo Tribunal de Justiça de Alagoas.

18.1.12 Entrega ao Tribunal de Justiça de Alagoas de cópia dos comprovantes de pagamentos feitos a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 6 do mês subsequente ao do pagamento realizado pelo Tribunal de Justiça de Alagoas.

18.1.13 Entregar ao Tribunal de Justiça de Alagoas, em meio eletrônico e em meio impresso, 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 pelo Tribunal de Justiça de Alagoas.

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

18.1.14 Registrar em Relatórios de Acompanhamento as demandas recebidas do Tribunal de Justiça de Alagoas e as atividades realizadas pela CONTRATADA em relação a cada uma das ações em desenvolvimento.

18.1.14.1 O relatório de acompanhamento deverá ser assinado e enviado ao Tribunal de Justiça de Alagoas no dia útil seguinte à realização do contato com o Tribunal de Justiça de Alagoas, com o veículo ou com o fornecedor c, em caso de incorreção, reenviado devidamente corrigido em até 2 (dois) dias úteis, a contar do recebimento da solicitação de correção.

18.1.15 Registrar em Relatórios de Atendimento os briefings para o desenvolvimento de cada ação.

18.1.15.1 O Relatório de Atendimento deverá ser assinado e enviado ao Tribunal de Justiça de Alagoas em até 2 (dois) dias úteis após o atendimento realizado e, em caso de incorreção, reenviados devidamente corrigidos no mesmo prazo, a contar da data do recebimento da solicitação de correção.

18.1.16 Elaborar, sempre que solicitado pelo Tribunal de Justiça de Alagoas, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.

18.1.17 Prestar esclarecimentos ao Tribunal de Justiça de Alagoas sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

18.1.18 Não caucionar ou utilizar este CONTRATO como garantia para qualquer operação financeira.

18.1.19 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 tratam o art. 4º e seu parágrafo 1º da Lei 12.232/2010.

18.1.20 Em não se comprovando a manutenção das condições de habilitação, a CONTRATADA terá 30 (trinta) dias para regularizar a situação, contados da notificação do Tribunal de Justiça de Alagoas, prazo após o qual poderá ser promovida a rescisão contratual.

18.1.21 Cumprir legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando exigido por norma, com relação a empregados de fornecedores contratados.

18.1.22 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.

18.1.22.1 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.

18.1.22.2 Sempre que solicitado pelo Tribunal de Justiça de Alagoas, a CONTRATADA deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

18.1.23. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor atualizado previsto no subitem 17.1 Facultada a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes.

18.1.24 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.

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

18.1.25 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.

18.1.25.1 A CONTRATADA também responderá por qualquer ação judicial que tenha por fundamento a legislação trabalhista ou de proteção aos direitos autorais ou à propriedade intelectual, devendo adotar providências no sentido de preservar o Tribunal de Justiça de Alagoas e de mantê-la excluída da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos.

18.1.25.1.1 Havendo condenação contra o Tribunal de Justiça de Alagoas, a CONTRATADA lhe reembolsará as importâncias que tenham sido obrigadas a pagar, dentro do prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento, sem prejuízo da apuração das demais responsabilidades cíveis, penais e administrativas envolvidas.

18.1.26 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.

18.1.27 Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 (cinco) anos após a extinção deste CONTRATO.

19. OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE:

a) Propiciar todas as facilidades indispensáveis à boa execução do fornecimento dos bens objeto deste ajuste, inclusive permitir o livre acesso dos responsáveis da CONTRATADA às dependências da CONTRATANTE, desde que devidamente identificados;

b) Atestar a execução do objeto do presente ajuste por meio do Gestor do Contrato;

c) Efetuar o pagamento à CONTRATADA de acordo com as condições de preço e prazos estabelecidos neste projeto básico;

d) Aplicar as penalidades por descumprimento do contrato.

20. DA FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO:

a) solicitar à CONTRATADA a realização dos serviços mediante expedição de ordem de serviço, com a apresentação de planejamento de mídia, no qual constarão todas as informações e orientações necessárias à elaboração dos serviços previsto no objeto deste instrumento;

b) analisar os serviços de publicidade apresentados pela CONTRATADA, no prazo máximo de 03 (três) dias, apontando eventuais modificações;

c) aprovar o projeto básico e entregar textos, fotografias, tabelas, gráficos entre outros elementos necessários ao início dos serviços de publicidade;

d) fiscalizar a execução do contrato, objetivando garantir a qualidade desejada;

e) solicitar e/ou sugerir à Administração a aplicação de penalidades, por descumprimento de cláusula contratual ou editalícia.

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

i) solicitar à CONTRATADA e a seus prepostos, ou obter da Administração, tempestivamente, todas as providências necessárias ao bom andamento do presente fornecimento;

g) fornecer atestado de capacidade técnica quando solicitado, desde que atendidas as obrigações contratuais;

h) atestar e encaminhar notas fiscais ao setor competente para autorizar pagamentos, indicando eventuais ocorrências;

i) fiscalizar para que sejam mantidas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

20.1. - A ação da fiscalização não exonera a CONTRATADA de suas responsabilidades contratuais.

21. DOS DIREITOS AUTORAIS

21.1 A CONTRATADA cede ao Poder Judiciário de Alagoas os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluindo 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.

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

21.1.2 O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração definidas nas cláusulas sétima e oitava.

21.1.3 Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pelo Poder Judiciário de Alagoas em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.

21.2 Quando for 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.

21.3 A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com caches, 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.

21.4 O Poder Judiciário de Alagoas 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.

21.4.1 É garantida ao Poder Judiciário de Alagoas 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.

22. ENTREGA:

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

Todos os materiais, objetos deste contrato, tanto em versões deverá, quando solicitado, ser entregue na Diretoria de Comunicação do localizada na Praça Marechal Deodoro, 319, Centro - Tribunal de Justiça de Alagoas - Anexo I - 4º andar – CEP: 7020-919 – Maceió-AL – Fone: (82)4009-3240

22. CRONOGRAMA DE AQUISIÇÃO:

O objeto deste instrumento será adquirido quando necessário através de **CONTRATO**.

23. REAJUSTE E REPACTUAÇÃO:

De acordo com a legislação.

24. VIGÊNCIA:

O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir da assinatura do ajuste, podendo haver prorrogação por iguais e sucessivos períodos, nos termos do artigo 57, Inciso II da Lei 8.666/93, a exclusivo critério da Administração.

25. DO PAGAMENTO:

O pagamento será efetuado em moeda corrente nacional, no prazo de até 20 (vinte) dias úteis, contados do recebimento das notas de recebimento assinadas, bem como da Nota Fiscal.

26. DISPOSIÇÕES FINAIS

26.1 A licitante é responsável pela fidelidade e a 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.

26.2 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.

26.3 As situações não previstas neste Edital, inclusive as decorrentes de caso fortuito ou de força maior, serão resolvidas pela Comissão ou pela autoridade competente.

26.4 Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento.

26.4.1 Os prazos estabelecidos neste Edital só se iniciam e vencem em dias de expediente do Poder Judiciário de Alagoas.

26.5 Este Edital e seus anexos, bem como as Propostas vencedoras, farão parte integrante do como se nele estivessem transcritos.

26.6 O conteúdo deste Edital e de seus anexos, bem como outros documentos que forem emitidos pelo Poder Judiciário de Alagoas e fornecidos às licitantes, são complementares entre si, devendo ser interpretados conforme os princípios que regem as licitações públicas.

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

26.7 Até a assinatura do contrato, a licitante adjudicatária poderá ser desclassificada ou inabilitada se o Poder Judiciário de Alagoas tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

26.8 Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com a contratada for rescindido, o Poder Judiciário de Alagoas 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.

26.9 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.

26.10 Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o Poder Judiciário de Alagoas comunicará os fatos verificados ao Ministério Público do Estado de São Paulo, para as providências devidas.

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

26.12 Será necessária a designação de um Gestor, e respectivo substituto, lotados no DGC, bem como

26.13 Fiscal e Substituto lotados no setor demandante, qual seja, DICOM.

Maceió, 22 de novembro de 2021.

Rodrigo Silva Mendes

Analista Judiciário Especializado

Anexo I



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

TABELA DE CUSTOS INTERNOS

2021

JORNAL		ALAGOAS 2021
1.	Menor ou igual a 1/4 de página	R\$ 1.958,51
2.	Até 1/3 de página	R\$ 2.271,69
3.	Até 1/2 de página	R\$ 3.225,60
4.	Até 2/3 de página	R\$ 3.598,05
5.	Até 1 página	R\$ 4.884,15
6.	Até Página Dupla	R\$ 7.992,85

REVISTA		
7.	Até ½ página	R\$ 2.394,69
8.	Até 1 página	R\$ 3.746,62
9.	Página Dupla	R\$ 5.806,26

ANÚNCIO LEGAL		
10.	Até 1/4 página	R\$ 1.239,44
11.	Até ½ página	R\$ 2.322,47
12.	Até 1 página	R\$ 4.332,11
13.	Página Dupla	R\$ 7.737,63

IMPRESSOS / FOLDERS*		
14.	Capa de Agenda	R\$ 2.588,81
15.	Capa de CD/ DVD	R\$ 3.706,35
16.	Capa de Relatório / Caderno / Revista	R\$ 4.657,03
17.	Catálogo (qualquer tamanho)/ Encarte Varejo*	R\$ 986,75
18.	Cinta para Jornal	R\$ 2.394,69
19.	Encarte Jornal / Revista*	R\$ 3.188,91
20.	Folder com página igual ou maior que A4, até 8 páginas*	R\$ 1.395,88
21.	Folder com página igual ou maior que A4, acima de 8 páginas*	R\$ 1.227,42
22.	Folder com página menor que A4, até 8 páginas*	R\$ 1.227,42
23.	Folder com página menor que A4, acima 8 páginas*	R\$ 983,87
24.	Envelope / Caixa especial para Folder	R\$ 3.188,91
25.	Folheto / Panfleto / Volante (com página até tamanho A5)	R\$ 1.394,02
26.	Folheto Técnico / Manual Técnico*	R\$ 1.395,88
27.	House Organ (Jornal de empresas)-Diagramação*	R\$ 601,67
28.	House Organ (Jornal de empresas)-Projeto Gráfico	R\$ 3.188,91
29.	Mala -direta (padrão A4 + 2 dobras, frente e verso)	R\$ 3.686,98
30.	Relatório - Diagramação*	R\$ 1.395,88
*PREÇO POR PÁGINA. Dobras especiais devem ser negociadas a parte.		

PAPELARIA		
31.	Bloco de Anotações (capa, uma folha de miolo e capa do verso)	R\$ 926,59
32.	Cartão de Visita	R\$ 1.817,06
33.	Variação de nomes e endereços (20% do valor unitário)	R\$ 373,03
34.	Envelope Pequeno	R\$ 926,59
35.	Envelope Saco/Ofício	R\$ 926,59
36.	Papel Carta	R\$ 926,59
37.	Papel Embrulho / Presente / Sacolas	R\$ 1.817,06
38.	Papel de Parede	R\$ 1.817,06
39.	Pasta	R\$ 1.817,06

IDENTIDADE CORPORATIVA		
40.	Marca de Empresa	R\$ 12.395,58
41.	Marca + Papelaria básica	R\$ 13.868,92
42.	Marca de Produto	R\$ 9.847,17
43.	Imobiliário ou Eventos	R\$ 4.507,10
44.	Reformulação de Marca	R\$ 6.440,20
45.	Selo Comemorativo	R\$ 4.238,72
46.	Manual de Identidade Visual (por página)	R\$ 709,98
47.	Slogan	R\$ 5.879,88
48.	Uniforme	R\$ 1.832,02
49.	Placas de sinalização para portas, estacionamento, etc.(unidade)	R\$ 168,46

EMBALAGENS		
50.	Embalagem de produto (caixa, saco, lata, etc.)	R\$ 10.200,00
51.	Adaptação / reformulação de embalagem (para linha de produtos)	R\$ 5.086,00
52.	Rótulo	R\$ 9.127,02
53.	Reformulação / adaptação de Rótulo	R\$ 4.274,84
54.	Display para folder e produtos	R\$ 4.753,28

SPOT DE RÁDIO		
55.	SPOT 30"	R\$ 1.513,50
56.	SPOT 45"	R\$ 1.552,33
57.	SPOT 60"	R\$ 2.164,71
Obs.: Custos de criação e acompanhamento de produção. Não estão incluídos produtora, edição, áudio, trilhas, cachês locutores.		

FONOGRAMA (jingle/trilha)		
58.	Jingle institucional 30"	R\$ 3.222,61
59.	Jingle institucional 45"	R\$ 3.838,73
60.	Jingle institucional 60"	R\$ 4.560,73
Obs.: 1) Jingle promocional = 60% do valor correspondente ao institucional; 2) Este custo inclui criação simples, com cópia em CD. Não estão incluídos os cachês de intérprete, arranjo, músico e nem produtora.		

VT		
61.	30"	R\$ 4.904,81
62.	60"	R\$ 6.336,53
63.	Cartelas eletrônicas para varejo (unidade)	R\$ 850,00
64.	Varejo: Troca de ofertas	R\$ 770,13
Obs.: 1) Custos de criação e acompanhamento de produção. Não estão incluídos produtora, edição, áudio, trilhas, direção, artes, efeitos especiais, cópias, cachês e despesas. 2) No caso da criação de cartelas desenvolvidas com uso de ilustrações criadas especificamente para o filme, o valor será por ilustração.		

ASSINATURA		
65.	Vinheta Eletrônica (storyboard e roteiro)	R\$ 1.148,81
Obs.: Custo de criação e acompanhamento de produção. Não estão incluídos os custos de produtora, edição, áudio, trilha, direção e todos os custos que envolvem fornecedores.		

ÁUDIO VISUAL / DOCUMENTÁRIO		
66.	Qualquer segmento	R\$ 3.759,79
Obs.: 1) Custos de criação e de acompanhamento de produção. Não estão incluídos os custos de produtora, edição fotografia, ilustração especial, logotipia, áudio, trilha, direção, iluminação, efeitos especiais, cópias e despesas operacionais. 2) Esse valor se refere a trabalhos com até 3 minutos. Para trabalho de audiovisual / documentário com mais de 3 minutos, será cobrado R\$ 1.100,00 por minuto.		

OUTDOOR / MÍDIA EXTERIOR		
67.	Outdoor	R\$ 3.822,60
68.	Backbus	R\$ 3.294,07
69.	Lateral de ônibus	R\$ 2.178,09
70.	Busdoor	R\$ 2.299,31
71.	Envelopamento de automóvel (preço mínimo)	R\$ 3.068,58
72.	Painel frontal -Ponto de ônibus	R\$ 3.068,57
73.	Painel lateral -Ponto de ônibus	R\$ 2.081,80
74.	Lightdoor / Backlight/ Frontlight	R\$ 4.696,37
75.	Muro / Tapume	R\$ 4.344,14
76.	Postdoor / placa de esquina	R\$ 990,66
77.	Balão Promocional	R\$ 775,02
78.	Relógio Digital	R\$ 2.178,09
79.	Placa/Painel sinalização	R\$ 795,39
80.	Placa/ Painel - empreendimento/rodovia	R\$ 3.068,58
81.	Estandarte / Galhardete / Faixa Avião / Faxe Rua	R\$ 916,98
82.	Empena de Prédio (avaliar caso a caso) - Preço mínimo	R\$ 5.751,41

MATERIAL PROMOCIONAL		
83.	Adesivo	R\$ 1.110,30
84.	Adesivo de chão	R\$ 2.682,85
85.	Camisa	R\$ 1.450,21
86.	Bandeira	R\$ 1.212,63
87.	Bandeirola (frente e verso)/ Móbile Simples	R\$ 1.705,42
88.	Móbile com facas especiais	R\$ 2.081,80
89.	Banner recorte	R\$ 1.041,42
90.	Banner Policromia	R\$ 2.085,58
91.	Boné/ Chaveiro / Crachá / Caneta / Imã de geladeira / Brindes simples	R\$ 1.099,83
92.	Broadside (por página)	R\$ 2.414,74
93.	Capa Carnê	R\$ 947,97
94.	Cartão de Natal Padrão	R\$ 2.510,59
95.	Cartaz A3 ou maior	R\$ 2.178,09
96.	Cartaz p/ Varejo	R\$ 1.624,54

97.	Copo / Caneca	R\$ 926,59
98.	Cupom	R\$ 866,43
99.	Diploma	R\$ 1.624,54
100.	Display Balcão/Parede	R\$ 914,18
101.	Faixa de Gôndola / Stopper	R\$ 2.081,80
102.	Sacola	R\$ 1.004,28
103.	Convite Padrão	R\$ 1.171,70
104.	Calendário (p/ página)	R\$ 708,17
105.	Inflável	R\$ 1.034,89
106.	Tag de preço	R\$ 637,77

MÍDIA ELETRÔNICA E INTERNET		
107.	Banner -Formatos:Gif animado e Animado	R\$ 1.595,43
108.	Banner Formato Especial - Formatos: Interativo	R\$ 2.931,28
109.	WEB SITE CORPORATIVO - Criação das interfaces, arquitetura de informação, conteúdo e finalização html, csse javascript. Até 20 Páginas, cobrar a cada página extra mais 5% do valor total.	R\$ 18.086,56
110.	WEBSITE CORPORATIVO COM SISTEMAS DE GESTÃO DE CONTEÚDO. No caso de interfaces, arquitetura de informação e conteúdo criados pela agência, mas finalizado por terceiros com sistema de gestão de conteúdo (Site Dinâmico). Até 20 Páginas, cobrar a cada página extra mais 5% do valor total.	R\$ 10.854,35
111.	HOTSITE de evento e promocional – Até 5 Páginas, cobrar de cada página extra mais 5% do valor total.	R\$ 5.427,17
112.	Newsletter (mala direta via e-mail)	R\$ 2.178,09
113.	Apresentação em Power point- Até 30 Páginas, cobrar a cada página extra mais 5% do valor total. Formato: Executável para PC e MAC. Não estão inclusas as cópias da mídia, nem produções externas.	R\$ 6.600,00
MÍDIA ELETRÔNICA E INTERNET		
114.	Apresentação digital com estrutura de navegação - Até 20 páginas, cobrar a cada página extra mais 5% do valor total. Formato: Executável para PC e MAC. Não estão inclusas as cópias da mídia, nem produções externas.	R\$ 10.854,35
115.	Apresentação digital com estrutura de navegação com locução e Produção de conteúdo, montagem de fotos e dados informativos com locução. Até 30 Páginas, cobrar a cada página extra mais 5% do valor total. Formato: Arquivo executável para PC e MAC, com locução. Não estão inclusas as cópias da mídia, nem produções externas.	R\$ 18.086,56

116.	Apresentação em DVD de Produção de conteúdo, montagem de fotos e dados informativos com ou sem locução. Até 30 Páginas, cobrar de cada página a mais 5% do valor total.	R\$ 18.086,56
117.	Formato: DVD sem estrutura de navegação (menus). Não estão inclusas as cópias da mídia.	R\$ 18.086,56
Obs.: 1) Orçamentos podem sofrer alterações conforme a quantidade de conteúdo a ser inserida no trabalho;		
2) A produção de fotos, ilustração, vídeo ou computação gráfica não estará inclusa nestes valores.		

PROJETOS ESPECIAIS		
118.	Acompanhamento e apoio de atividades promocionais	15% da verba aplicada na ação
119.	Assessoramento no desenvolvimento de projetos programas, produtos ou serviços	
120.	Desenvolvimento de calendário promocional	
121.	Planejamento para lançamento ou relançamento de produtos	
122.	Planejamento anual para produto ou marca	

1. A tabela de produção acima não inclui custos extras tais como fotografias, manipulação digital de imagens, ilustrações, fotolitos, cromos, impressões em gráficas, produtoras, trilhas, efeitos especiais, fretes, postagens, transmissões via satélite, etc. Outros serviços não contemplados na tabela serão cobrados de acordo com orçamentos específicos, acrescidos dos 15% de taxa de serviço da agência

2. Pelos direitos de exibição do material e intermediação na compra e venda do espaço destinado à veiculação, a agência de propaganda fará jus ao desconto, EXCLUSIVO que lhe será pago pelo veículo, fixado em 20% (vinte por cento) do valor bruto da operação.

3. Fornecimento de arquivos digitais para reimpressão ou qualquer outra utilização implica num custo de 30% (trinta por cento) do valor correspondente na tabela.

4. Uma vez aprovados o orçamento e o layout e não executado o trabalho, fica o cliente ciente do custo de 50% sobre os serviços internos.

5. Para adaptação de peça para outros formatos de um mesmo tipo de mídia, cobrar 50% do valor. Para mídias diferentes, cobrar como criação.

6. No caso de adaptação de peças de menor formato para maior, acrescer o valor em 50% sobre o custo de adaptação. Ex.: Adaptação (50% do valor de criação) + 50%.

7. Refação de trabalho: 30% sobre o valor do custo interno, para cada refação.

SERVIÇOS DIGITAIS	
ANÚNCIOS DISPLAY	
PEÇA/TIPO	PREÇO REFERÊNCIA
Master (quaisquer dimensões)	R\$ 3.125,27
	ESTÁTICO
Adaptação (quaisquer dimensões)	R\$ 1.245,91
Reaplicação (ajustes de especificações para outros veículos)	R\$ 365,40
	ANIMADO
Adaptação (quaisquer dimensões)	R\$ 1.371,48
Reaplicação (ajustes de especificações para outros veículos)	R\$ 1.636,27
*Considerando horas de motion e reaplicação completa de uma campanha de display para a Rede Display Google (GDN), 18 formatos.	

FORMATOS PUBLICITÁRIOS MAIS UTILIZADOS	
PEÇA	DIMENSÕES-PIXEL
Arranha-céu (skyscraper)	120 x 600
Arranha-céu largo (wide skyscraper)	160 x 600
Banner	468 x 60
Super banner (cabeçalho)	728 x 90
Super banner expansível	728 x 90 - 728 x 300
Giga banner (cabeçalho grande)	970 x 90
Retângulo	180 x 150
Retângulo médio	300 x 250
Retângulo grande	336 x 280
Retângulo vertical	240 x 400
Barra vertical	200 x 446
Quadrado	250 x 250
Quadrado pequeno	200 x 200
Meia página (half page)	300 x 600
Outdoor (billboard)	970 x 250
Dhtml / Folder	Variável, até 72.200 px de área
MOBILE	
Feature Phones	
Small banner	120 x 20
Medium banner	168 x 28
Large banner	216 x 36
Feature Phones	
Banner e banner expansível	300x 50
Wide banner e wide banner expansível	320 x 50
Interstitial ADS	300 x 250
Observação: Formatos padrão IB e Rede Display Google (GDN). Sujeito a alteração.	

OUTRAS PEÇAS	
PEÇA	CRIAÇÃO/FINALIZAÇÃO
Post simples/Anúncio redes sociais (jpg/gifs + texto)	R\$ 2.807,62
Post Carrossel (jpg/gifs + texto)	R\$ 5.615,24
Cover para redes sociais	R\$ 2.807,62
CRIAÇÃO/ANIMAÇÃO/PROGRAMAÇÃO	
Anúncios para tablet horizontal ou vertical	R\$ 6.251,95
Anúncios para tablet horizontal e vertical	R\$ 9.377,54
Observações: 1) Adaptações de materiais já criados: 40% do valor original. 2) Os preços de anúncio para tablet incluem animação e programação. Para anúncio estático cobrar 60%.	

BUSINESS INTELLIGENCE	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Análise de BI	
Análise qualitativa de dados gerados a partir das diversas plataformas disponíveis no mercado que coletam dados nos canais utilizados nas ações. A análise consiste na interpretação dos dados tabulados extraíndo informações relevantes para a validação da estratégia e objetivos definidos para a ação (KPIs), gerando relatório de recomendações para a implementação de correções ou ajustes nas diversas ações em desenvolvimento. disponíveis no mercado que coletam dados nos canais utilizados nas ações.	R\$ 5.625,73
Observação: Análise estimada para campanhas de porte médio, com até 5 canais digitais diferentes.	

CAMPANHAS DIGITAIS	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
PLANEJAMENTO DE CAMPANHA	
Planejamento Estratégico de Campanhas Digitais	

A partir de briefing padrão com todas as informações referentes a campanha a ser planejada a equipe de planejamento, em conjunto com as equipes de BI e Mídia, desenvolverão o planejamento estratégico da campanha definindo: métodos de abordagem, personas alvo das ações, jornada do consumidor de acordo com o produto ou serviço objeto da campanha e objetivos a serem atingidos.	R\$ 29.550,92
Planejamento de Mídia para Campanhas Digitais A partir de briefing padrão com todas as informações referentes a campanha a ser planejada, somados as informações do planejamento estratégico da campanha, a equipe de mídia definirá: canais digitais que melhor atendem a estratégia definida, volume de mídia em cada canal, plano de mídia padrão com todo o detalhamento técnico dos canais escolhidos, KPIs, modelos e periodicidade de relatório para o cliente.	R\$ 20.175,00
Observação: Planejamento estimado para campanhas de porte médio com volume de autorização de mídia com até 5 canais digitais.	
GESTÃO DE CAMPANHA DE PERFORMANCE	
Rede de Pesquisa (Links Patrocinados) Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada
Rede de Display Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada
Programática Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada
Observação: Preço mínimo para Gestão de Campanha de Performance: R\$ 5.400/mês.	

REDES SOCIAIS	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
PLANEJAMENTO DE REDES SOCIAIS	
• Diagnóstico da presença nas redes sociais • Definição dos objetivos a serem atingidos • Avaliação das melhores plataformas para a marca e definição do papel estratégico de cada uma • Criação de guia de conteúdo, incluindo a identidade visual, recursos a ser utilizados, persona da marca, tom de voz, editorial e volumetria • Definição de métricas para acompanhamento • Definição de ferramentas para análise de desempenho	R\$ 22.770,13
GESTÃO DE REDES SOCIAIS	
Gestão de Canais e Conteúdo • Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação • Publicação de conteúdo próprio ou de terceiros • Planejamento recorrente dos temas abordados no mês • Customização das fanpages com o mote do período • Gerenciamento de fluxo de aprovação de conteúdo junto ao cliente • Volumetria: até 03 redes sociais, postagens nas seguintes quantidades: Facebook 3 posts/semana, Twitter 1 post/dia, Instagram 2 posts/semana • Insights para a produção de conteúdo • Entrega e apresentação de relatório mensal	R\$ 10.434,21 / mês

Gestão de Monitoramento • Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais (até 8.000 menções/mês) • Monitoramento de interações das pessoas com a marca e com as postagens • Monitoramento das postagens com métricas, análise, avaliação de resultados • Monitoramento de menções e temperatura de humor • Monitoramento de resultados de ações e campanhas • Indicadores de desempenho (KPIs) • Acordo de Nível de Serviço 5x8 • Entrega e apresentação de relatório mensal	R\$ 6.529,66 / mês
Gestão de Relacionamento • Monitoramento do relacionamento dos seguidores com a marca • Classificação do perfil de seguidores e influenciadores • Monitoramento e análise para ações emergenciais complexas e sem complexidade • Acordo de Nível de Serviço 5x8 • Volume médio de 150 interações por mês • Entrega e apresentação de relatório mensal	R\$ 9.208,51 / mês
Observação: Os preços não incluem contratação de ferramenta de gestão e monitoramento em redes sociais.	

SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION)	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
PLANEJAMENTO	
• Análise do comportamento de busca do mercado da empresa • Definição de palavras-chave positivas e negativas que afetam a audiência • Identificação das palavras-chave que estão mais associadas ao domínio • Definição dos melhores canais (buscadores) • Definição dos tipos de conteúdo mais adequados • Definição das estratégias de link building • Análise do Ranking orgânico (organic) e de autoridade (authority) • Estudo de consistência das palavras-chave em páginas específicas • Traffic source - tendências no volume de buscas para o mercado/segmento, em todos os buscadores. • Análise do Campo Semântico para qualificação da audiência desejada • Definição da estratégia de Gestão de Autoridade • Definição de Metas e KPIs	R\$ 19.672,72 / mês
GESTÃO	
Diagnóstico e Setup Inicial do Canal • Apontamento de otimizações da estrutura da informação no site • Melhorias no Title e Meta Description • Correções na indexação do site (rastreamento, ações manuais, dns, 404, robots, sitemaps e servidor) • Levantamento de Transferência de propriedade e autoridade de página/domínio • Análises de Broken Link, Backlinks e Link Building • Identificação de erros e fatores que podem ser interpretados como black hat • Relatório de posição do site na busca orgânica em palavras-chave positivas	R\$ 10.390,28 / mês
Preço para 20 sessões/templates	

Gestão de SEO • Orientações para criação de conteúdos relacionados aos objetivos traçados • Instruções técnicas para otimização de páginas • Revisão constante de códigos do canal • Otimização do conteúdo e das imagens • Instruções para otimização de back-links • Gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento • Volume sugerido criação de um conteúdo por semana.	R\$ 7.952,80 / mês
Escopos e investimentos estimados para um canal de pequeno e médio porte com especificação funcional semelhante aos citados nesta tabela.	

WEBSITE	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Responsivo com 10 seções: Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias, Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end para um novo website. Painele de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 31.057,78

HOTSITE	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Hotsite de evento com 8 seções: Home, Sobre o Evento, Como Chegar, Agenda, Palestrantes, Patrocinadores, Formulário de Contato, Formulário de Inscrição simples, sem meio de pagamento ou controles integrados. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Painele de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores. Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end para um novo website. Painele de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 17.880,05

MOBILE SITE	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Versão de um website já existente. 10 seções: Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias (fotos, vídeos), Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Painele de Administração para atualização de conteúdo. HTML, desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes em até 10 resoluções diferentes de dispositivos móveis.	R\$ 18.584,44

BLOG	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Responsivo com 5 seções: Home, Categoria de conteúdo, Conteúdo, Resultados de Busca e Fale conosco. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Painele de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 12.054,77

LANDING PAGE

SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Página única de campanha já definida no planejamento, responsiva, com os seguintes elementos: Até 3 banners em slider, até 2 blocos de textos, até 10 imagens, até 3 vídeos incorporados de ferramenta de terceiros, formulário de captação que envia um e-mail ao administrador. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 5.960,58
Observações válidas para Website, Hotsite, Mobile Site, Blog e Landing Page: 1) Os preços não incluem produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo. 2) Os preços não incluem hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.	

MOBILE APP	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Desenvolvimento de aplicativo híbrido, proprietário, para as plataformas Android e IOS. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Funcionalidades: Login, Logout, Esqueci minha senha, Termos de Uso, Cadastro, Sobre o Aplicativo, Galeria de Fotos, Notícias, Push notification, Eventos, Alteração de dados cadastrais. Painel de Administração para atualização de conteúdo e APIs de integração entre o Back-end e o APP. Compatibilidade e testes nas últimas versões de sistema operacional dos principais dispositivos.	R\$ 48.219,09
Observação: O preço não inclui produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo.	

E-COMMERCE	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
E-commerce para empresas de pequeno e médio porte com nível de maturidade média em venda on-line. Layout e desenvolvimento front-end e back-end. Personalização das seguintes páginas: Home, Categoria de Produtos, Produto, Carrinho de Compras, Finalização de Pedido, Resultados de Busca, Institucional. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 40.350,00
Observações: 1) O preço não inclui: planejamento, treinamento, homologação de meios de pagamento, homologação de formas de entrega e carga de produtos. 2) O preço não inclui desenvolvimento ou locação de plataforma, que deve ser orçado à parte. 3) O preço não inclui hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.	

E-MAIL MARKETING	
PREÇO/REFERENCIA	
Criação e produção do HTML Criação de layout com conteúdo produzido a partir de briefing do cliente, mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração.	R\$ 2.807,62
Outros serviços de E-mail Marketing Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.	Sob consulta

NEWSLETTER	
PREÇO/REFERENCIA	
Criação e produção do HTML Criação de layout mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração. *Conteúdo especializado produzido pelo cliente.	R\$ 2.807,62
Outros serviços de Newsletter Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.	Sob consulta

MODELO DE PRECIFICAÇÃO OPCIONAL

PROJETOS - CUSTOS VARIÁVEIS
Custos referenciais hora-homem para planejamento, criação, execução e gestão de projetos digitais, com natureza e grau de complexidade diferentes e custos variáveis. EXEMPLOS: 1) Site, mobile site, hotsite, e-commerce, landing page, blog e mobile app. 2) Análise de presença, Planejamento e Gestão de marcas em redes sociais. 3) Planejamento e Gestão de campanhas digitais. 4) Planejamento, setup e gestão de SEO. 5) Produção de conteúdo especializado e multimídia para sites, redes sociais, etc. 6) Criação e produção de Intervenções diferenciadas.
O orçamento final será baseado em três pilares essenciais: 1- Detalhamento claro do escopo de trabalho 2- Metodologia para execução e gestão de projeto 3- Tecnologia adotada

MODELO DE PRECIFICAÇÃO OPCIONAL	
ÁREAS	VALORES REFERENCIAIS DE HORA-HOMEM
1) Planejamento	R\$ 317,95 a 382,34
2) Atendimento e Gestão	R\$ 255,16 a 318,74
3) Design/Criação	R\$ 255,16 a 318,74
4) Produção de Conteúdo (web ou redes sociais)	R\$ 221,36 a 270,45
5) Programação	R\$ 190,58 a 255,16



SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

ANEXO II

BRIEFING

I CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas, órgão superior do Poder Judiciário, com sede na Capital e jurisdição continente de todo o território estadual, compõe-se de quinze desembargadores, distribuídos em diversos órgãos de julgamento, a saber: Tribunal Pleno, que congrega a totalidade dos desembargadores; Seção Especializada Cível; 1ª, 2ª e 3ª Câmaras Cíveis e Câmara Criminal. Cabe ao Tribunal de Justiça julgar ações originárias de sua competência assim como processos em grau de recurso oriundos de todas as 86 Varas (unidades judiciárias) distribuídas entre 59 comarcas.

Destas, 37 são de 1ª entrância, 19 de 2ª entrância, e três de 3ª entrância. No campo administrativo, o Tribunal de Justiça tem como órgãos de direção a Presidência. Vice-Presidência e Corregedoria-Geral da Justiça, tendo ainda em sua estrutura o Conselho Estadual da Magistratura e a Escola Superior da Magistratura de Alagoas (ESMAL).

A atual gestão do Poder Judiciário de Alagoas (biênio 2015/2016) é conduzida pelos desembargadores **Klever Loureiro** (presidente), **José Carlos Malta** (vice-presidente) e **Fábio Bitencourt** (corregedor). Dentre as prioridades da atual administração, constam: ações os investimentos em virtualização processual, incluindo reforço nos sistemas de videoconferência, garantindo maior celeridade processual, e maior aproximação com a população, através de ações sociais tocadas pela Justiça Itinerante, que presta serviços gratuitos à sociedade.

Abaixo, apresentamos o detalhamento (dados meramente ilustrativos) de alguns dos programas, projetos e ações do Judiciário, além de outras informações importantes para subsidiar a elaboração do Plano de Comunicação.

II - MISSÃO, VISÃO E VALORES DO PODER JUDICIÁRIO DE ALAGOAS

Missão: Contribuir para a paz social por meio da prestação de serviços jurisdicionais acessíveis, efetivos e em tempo razoável.

Visão de futuro: Até 2026, ser reconhecido pela sociedade como uma justiça célere e efetiva, fundamentada nos valores institucionais e estar entre os melhores tribunais estaduais de porte semelhante na prestação jurisdicional

Valores: Acessibilidade, celeridade, eficiência, efetividade, qualidade, ética, impessoalidade, humanização, imparcialidade, probidade, cordialidade, inovação, responsabilidade social e ambiental, transparência

<https://apmp.tjal.jus.br/img/mapa-estrategico-page-0001.jpg>

III - PROGRAMAS, PROJETOS E AÇÕES DO JUDICIÁRIO

1. Coordenadoria da Mulher

A Coordenadoria da Mulher, vinculada à Presidência do TJAL, comanda a Casa da Mulher Alagoana, que funciona no Juizado da Violência Doméstica da Capital e congrega os serviços de apoio psicossocial, delegacia especializada, defensoria pública, promoção de autonomia econômica, brinquedoteca, alojamento de passagem e central de transporte. Objetivo é humanizar o atendimento às mulheres vítimas de violência doméstica na capital. Trata-se do principal instrumento de combate à violência contra a mulher em Alagoas, atualmente. A Coordenadoria também coordena ações educativas em outras comarcas, a exemplo da de Arapiraca, no Agreste

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

de Alagoas. Recentemente, o TJAL deu apoio institucional à campanha Sinal Vermelho, da Associação dos Magistrados Brasileiros, garantindo adesão/apoio de mais de 400 farmácias como pontos de apoio para mulheres denunciarem seus agressores. As ações de conscientização em formatos híbridos (presenciais e digitais) também fazem parte da estratégia de enfrentamento a este tipo de problema.

2. Conciliação e mediação

Diversas políticas de conciliação são executadas permanentemente pelo Judiciário, visando solucionar demandas judiciais pela via da pacificação e difundir a cultura da conciliação junto à população. Prova disso é a ampliação dos Centros Judiciários de Solução de Conflitos e Cidadania (Cejuscs). Até 2019, foram inaugurados 12 Cejuscs, nos quais é possível conciliar alguma demanda em qualquer período do ano, seja no formato presencial, seja no virtual. As unidades ajudaram a aumentar a resolução de demandas de forma amigável, sem a necessidade de um processo propriamente judicial. Atualmente, são 23 Cejuscs, que estão ligados ao Núcleo Permanente de Métodos Consensuais de Solução de Conflitos (Nupemec). Até 2019, os Cejuscs realizaram 1475 audiências de conciliação, resultando em 1380 acordos que abreviaram ou evitaram processos judiciais. Na pandemia, audiências foram realizadas no formato virtual.

3. Adoções Possíveis

O projeto Adoções Possíveis, de iniciativa da Coordenadoria Estadual da Infância e da Juventude (CEIJ/AL), tem por objetivo apresentar – por meio de imagens, fotos e vídeos, a serem disponibilizados na página eletrônica e nas redes sociais do Tribunal de Justiça e aos pretendentes habilitados para adoção e à sociedade, crianças que contam com mais de 06 (seis) anos de idade, adolescentes, grupos de irmãos e infantes que apresentam algum tipo de enfermidade física e/ou mental, cuja destituição do poder familiar já tenha sido decretada. Em pouco mais de dois anos, o projeto viabilizou adoções de adolescentes e ainda o retorno de alguns deles à família biológica graças à visibilidade obtida pelos conteúdos (textos, fotos e vídeos) que a Diretoria de Comunicação do TJAL produziu e disseminou sobre o assunto.

4. Núcleo de Promoção da Filiação

O Núcleo de Promoção da Filiação (NPF) foi criado em 2008 e já solucionou mais de 13 mil casos de pessoas (crianças, adolescentes e adultos) registrados sem o nome do pai. O NPF centraliza, pois, as averiguações de paternidade encaminhadas por oficiais do registro civil e trabalha no sentido de reduzir o alto índice de crianças que não possuem o nome do pai no registro de nascimento. Suas atividades concentram-se principalmente nas escolas de Maceió, objetivando receber informações diretamente desses estabelecimentos. Em 2021, garantiu-se o reconhecimento de paternidade para 319 pessoas, entre crianças e adultos. O NPF recebeu menção honrosa do Inovare, premiação que distingue projetos e práticas inovadoras no cenário jurídico nacional.

5. Escola Superior da Magistratura (Esmal)

A Escola Superior da Magistratura de Alagoas (Esmal) oferece capacitação para magistrados e demais servidores do Poder Judiciário alagoano, visando o aperfeiçoamento da equipe e a excelência da prestação jurisdicional. O público externo também é atendido por meio de cursos abertos ao público, a exemplo da pós-graduação integrada com programa de Residência Jurídica, realizada em parceria com a Universidade Tiradentes. A produção científica e acadêmica é incentivada na instituição, que anualmente publica a Revista da Esmal e o livro resultante do Encontro de Pesquisas Judiciárias (Enpejud). É ainda por meio da Esmal que são realizados os processos seletivos e treinamentos para a contratação de pessoal – estagiários e profissionais - temporário para atuar no Tribunal de Justiça de Alagoas. A Esmal conta ainda com um importante programa de alcance social, o Cidadania e Justiça na Escola (PCJE). Ele tem como mote aproximar o Judiciário da sociedade, especificamente dos estudantes de escolas públicas de Alagoas, os quais participam de eventos presenciais (quando possível) e virtuais, nos quais voluntários - prioritariamente juízes e servidores do TJAL – ajudam a fortalecer as noções de cidadania de crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social.

SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

6. Julgamento de processos

A pandemia do novo coronavírus não atrapalhou o julgamento de processos. Pelo contrário, fomentou o uso da tecnologia para julgamentos virtuais. Nos últimos dois anos, o Pleno do Tribunal de Justiça de Alagoas (TJAL), composto pelos 15 desembargadores, julgou 803 processos. Com a pandemia da Covid-19, as sessões passaram a ser realizadas por videoconferência, em maio de 2020, por meio do sistema Polycom. Assessores jurídicos, advogados e outros servidores também participaram dos julgamentos transmitidos ao vivo pelo site do TJAL. As Câmaras Cíveis e Criminal, além da Seção Especializada Cível, também julgaram, juntas, mais de 44 mil processos, seja em sessões presenciais ou virtuais. No primeiro grau de jurisdição, onde estão as comarcas de primeira, segunda e terceira entrâncias, fora julgados 464.586 processos entre 2019 e 2020. O programa Justiça Efetiva, em que servidores atuam em comarcas onde há acúmulo de processos, também contribuiu para agilizar a solução de processos.

7. Atendimento virtual

O Tribunal de Justiça de Alagoas intensificou o atendimento ao público por meio de plataformas digitais, sobretudo no auge da pandemia do novo coronavírus. Ao instituir seu Balcão Virtual, cuja principal plataforma de diálogo com os jurisdicionados é o aplicativo WhatsApp, o Poder Judiciário permitiu diálogo por chamadas de vídeo, facilitando o acesso da população às unidades judiciárias. A divulgação de serviços também contou com apoio da Diretoria de Comunicação (), que se utilizou de redes sociais para fazer a mensagem sobre os serviços digitais chegar ao público em geral, além, é claro de ter utilizado canais tradicionais de comunicação com a sociedade.

8. Datas importantes

08/12	Dia da Justiça
25/05	Dia Nacional da Adoção
07/08	Lei Maria da Penha
26/06	Dia Internacional de Combate ao Crime de Tortura
11/08	Dia da criação dos cursos jurídicos no Brasil
28/10	Dia do servidor público
18/05	Combate ao abuso sexual infantil
23/06	Início do recesso junino no TJAL (recesso termina no início de julho)

9. Redes sociais do TJAL

Portal do TJAL: www.tjal.jus.br

Youtube: www.youtube.com/tvtribunal

Instagram: www.instagram.com/tjal.oficial

Facebook: www.facebook.com/tjal.oficial

Twitter: <https://twitter.com/TJalagoas>

IV - Objetivo do Plano de Comunicação:

Dar amplo conhecimento à sociedade sobre os projetos e ações que objetivam a conciliação pré-processual ou processual, ou seja, que contribuam para que se resolva conflitos antes da judicialização ou após



SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

a judicialização, conforme já ocorre nos Centros Judiciários de Conciliação e Mediação (Cejuscs), na capital e no interior de Alagoas.

A conciliação também é possível entre os que são chamados para reconhecer ou não a paternidade de filhos, em processos que tramitam no Núcleo de Promoção da Filiação (NPF). O Programa Cidadania e Justiça na Escola, da Esmal, pode ser ferramenta de difusão da cultura da conciliação também, por meio de palestras de servidores e juízes a alunos de escolas públicas.

Portanto, é necessário reafirmar à sociedade em geral a possibilidade de conciliação, que tem inúmeras vantagens e pode ser feita inclusive em audiências virtuais, estratégia que se consolidou quando do início da pandemia do novo coronavírus.

Sensibilizar a comunidade jurídica, com ênfase nos advogados inscritos na Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), quanto às vantagens da conciliação processual é fundamental. É ainda finalidade da campanha contribuir para a criação do clima favorável à conciliação, no âmbito interno do Poder Judiciário, utilizando seus espaços físicos ou canais oficiais de comunicação.

É objetivo ainda da campanha reforçar a confiança da sociedade na atuação firme e célere do Judiciário de Alagoas, ratificando sua missão: contribuir para a paz social por meio da prestação de serviços jurisdicionais acessíveis, efetivos e em tempo razoável.

Público-alvo da campanha publicitária: Sociedade em geral e partes envolvidas em processos, independente de classe social. O plano deve contemplar o uso das plataformas digitais do Judiciário de Alagoas, além de considerar o uso de plataformas de terceiros e de veículos de comunicação tradicionais, como rádio, outdoor e/ou televisão.

Verba e prazo de execução do Plano de Comunicação: O plano a ser desenvolvido deve considerar um valor referencial equivalente a R\$ 250.000,00 (duzentos mil reais) com prazo de três semanas para execução.



SUBDIREÇÃO GERAL

Departamento de Gestão de Contratos

ANEXO VIII

**Tabela Referencial de Custos Internos da ABAP – Associação Brasileira de
Agências de Publicidade – Alagoas**



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

TABELA DE CUSTOS INTERNOS

2021

JORNAL		ALAGOAS 2021
1.	Menor ou igual a 1/4 de página	R\$ 1.958,51
2.	Até 1/3 de página	R\$ 2.271,69
3.	Até 1/2 de página	R\$ 3.225,60
4.	Até 2/3 de página	R\$ 3.598,05
5.	Até 1 página	R\$ 4.884,15
6.	Até Página Dupla	R\$ 7.992,85

REVISTA		
7.	Até ½ página	R\$ 2.394,69
8.	Até 1 página	R\$ 3.746,62
9.	Página Dupla	R\$ 5.806,26

ANÚNCIO LEGAL		
10.	Até 1/4 página	R\$ 1.239,44
11.	Até ½ página	R\$ 2.322,47
12.	Até 1 página	R\$ 4.332,11
13.	Página Dupla	R\$ 7.737,63

IMPRESSOS / FOLDERS*		
14.	Capa de Agenda	R\$ 2.588,81
15.	Capa de CD/ DVD	R\$ 3.706,35
16.	Capa de Relatório / Caderno / Revista	R\$ 4.657,03
17.	Catálogo (qualquer tamanho)/ Encarte Varejo*	R\$ 986,75
18.	Cinta para Jornal	R\$ 2.394,69
19.	Encarte Jornal / Revista*	R\$ 3.188,91
20.	Folder com página igual ou maior que A4, até 8 páginas*	R\$ 1.395,88
21.	Folder com página igual ou maior que A4, acima de 8 páginas*	R\$ 1.227,42
22.	Folder com página menor que A4, até 8 páginas*	R\$ 1.227,42
23.	Folder com página menor que A4, acima 8 páginas*	R\$ 983,87
24.	Envelope / Caixa especial para Folder	R\$ 3.188,91
25.	Folheto / Panfleto / Volante (com página até tamanho A5)	R\$ 1.394,02
26.	Folheto Técnico / Manual Técnico*	R\$ 1.395,88
27.	House Organ (Jornal de empresas)-Diagramação*	R\$ 601,67
28.	House Organ (Jornal de empresas)-Projeto Gráfico	R\$ 3.188,91
29.	Mala -direta (padrão A4 + 2 dobras, frente e verso)	R\$ 3.686,98
30.	Relatório - Diagramação*	R\$ 1.395,88
*PREÇO POR PÁGINA. Dobras especiais devem ser negociadas a parte.		

PAPELARIA		
31.	Bloco de Anotações (capa, uma folha de miolo e capa do verso)	R\$ 926,59
32.	Cartão de Visita	R\$ 1.817,06
33.	Variação de nomes e endereços (20% do valor unitário)	R\$ 373,03
34.	Envelope Pequeno	R\$ 926,59
35.	Envelope Saco/Ofício	R\$ 926,59
36.	Papel Carta	R\$ 926,59
37.	Papel Embrulho / Presente / Sacolas	R\$ 1.817,06
38.	Papel de Parede	R\$ 1.817,06
39.	Pasta	R\$ 1.817,06

IDENTIDADE CORPORATIVA		
40.	Marca de Empresa	R\$ 12.395,58
41.	Marca + Papelaria básica	R\$ 13.868,92
42.	Marca de Produto	R\$ 9.847,17
43.	Imobiliário ou Eventos	R\$ 4.507,10
44.	Reformulação de Marca	R\$ 6.440,20
45.	Selo Comemorativo	R\$ 4.238,72
46.	Manual de Identidade Visual (por página)	R\$ 709,98
47.	Slogan	R\$ 5.879,88
48.	Uniforme	R\$ 1.832,02
49.	Placas de sinalização para portas, estacionamento, etc.(unidade)	R\$ 168,46

EMBALAGENS		
50.	Embalagem de produto (caixa, saco, lata, etc.)	R\$ 10.200,00
51.	Adaptação / reformulação de embalagem (para linha de produtos)	R\$ 5.086,00
52.	Rótulo	R\$ 9.127,02
53.	Reformulação / adaptação de Rótulo	R\$ 4.274,84
54.	Display para folder e produtos	R\$ 4.753,28

SPOT DE RÁDIO		
55.	SPOT 30"	R\$ 1.513,50
56.	SPOT 45"	R\$ 1.552,33
57.	SPOT 60"	R\$ 2.164,71
Obs.: Custos de criação e acompanhamento de produção. Não estão incluídos produtora, edição, áudio, trilhas, cachês locutores.		

FONOGRAMA (jingle/trilha)		
58.	Jingle institucional 30"	R\$ 3.222,61
59.	Jingle institucional 45"	R\$ 3.838,73
60.	Jingle institucional 60"	R\$ 4.560,73
Obs.: 1) Jingle promocional = 60% do valor correspondente ao institucional; 2) Este custo inclui criação simples, com cópia em CD. Não estão incluídos os cachês de intérprete, arranjo, músico e nem produtora.		

VT		
61.	30"	R\$ 4.904,81
62.	60"	R\$ 6.336,53
63.	Cartelas eletrônicas para varejo (unidade)	R\$ 850,00
64.	Varejo: Troca de ofertas	R\$ 770,13
Obs.: 1) Custos de criação e acompanhamento de produção. Não estão incluídos produtora, edição, áudio, trilhas, direção, artes, efeitos especiais, cópias, cachês e despesas.		
2) No caso da criação de cartelas desenvolvidas com uso de ilustrações criadas especificamente para o filme, o valor será por ilustração.		

ASSINATURA		
65.	Vinheta Eletrônica (storyboard e roteiro)	R\$ 1.148,81
Obs.: Custo de criação e acompanhamento de produção. Não estão incluídos os custos de produtora, edição, áudio, trilha, direção e todos os custos que envolvem fornecedores.		

ÁUDIO VISUAL / DOCUMENTÁRIO		
66.	Qualquer segmento	R\$ 3.759,79
Obs.: 1) Custos de criação e de acompanhamento de produção. Não estão incluídos os custos de produtora, edição fotografia, ilustração especial, logotipia, áudio, trilha, direção, iluminação, efeitos especiais, cópias e despesas operacionais.		
2) Esse valor se refere a trabalhos com até 3 minutos. Para trabalho de audiovisual / documentário com mais de 3 minutos, será cobrado R\$ 1.100,00 por minuto.		

OUTDOOR / MÍDIA EXTERIOR		
67.	Outdoor	R\$ 3.822,60
68.	Backbus	R\$ 3.294,07
69.	Lateral de ônibus	R\$ 2.178,09
70.	Busdoor	R\$ 2.299,31
71.	Envelopamento de automóvel (preço mínimo)	R\$ 3.068,58
72.	Painel frontal -Ponto de ônibus	R\$ 3.068,57
73.	Painel lateral -Ponto de ônibus	R\$ 2.081,80
74.	Lightdoor / Backlight/ Frontlight	R\$ 4.696,37
75.	Muro / Tapume	R\$ 4.344,14
76.	Postdoor / placa de esquina	R\$ 990,66
77.	Balão Promocional	R\$ 775,02
78.	Relógio Digital	R\$ 2.178,09
79.	Placa/Painel sinalização	R\$ 795,39
80.	Placa/ Pannel - empreendimento/rodovia	R\$ 3.068,58
81.	Estandarte / Galhardete / Faixa Avião / Faxe Rua	R\$ 916,98
82.	Empena de Prédio (avaliar caso a caso) - Preço mínimo	R\$ 5.751,41

MATERIAL PROMOCIONAL		
83.	Adesivo	R\$ 1.110,30
84.	Adesivo de chão	R\$ 2.682,85
85.	Camisa	R\$ 1.450,21
86.	Bandeira	R\$ 1.212,63
87.	Bandeirola (frente e verso)/ Móvil Simples	R\$ 1.705,42
88.	Móvil com facas especiais	R\$ 2.081,80
89.	Banner recorte	R\$ 1.041,42
90.	Banner Policromia	R\$ 2.085,58
91.	Bonê/ Chaveiro / Crachá / Caneta / Imã de geladeira / Brindes simples	R\$ 1.099,83
92.	Broadside (por página)	R\$ 2.414,74
93.	Capa Carnê	R\$ 947,97
94.	Cartão de Natal Padrão	R\$ 2.510,59
95.	Cartaz A3 ou maior	R\$ 2.178,09
96.	Cartaz p/ Varejo	R\$ 1.624,54

97.	Copo / Caneca	R\$ 926,59
98.	Cupom	R\$ 866,43
99.	Diploma	R\$ 1.624,54
100.	Display Balcão/Parede	R\$ 914,18
101.	Faixa de Gôndola / Stopper	R\$ 2.081,80
102.	Sacola	R\$ 1.004,28
103.	Convite Padrão	R\$ 1.171,70
104.	Calendário (p/ página)	R\$ 708,17
105.	Inflável	R\$ 1.034,89
106.	Tag de preço	R\$ 637,77

MÍDIA ELETRÔNICA E INTERNET		
107.	Banner -Formatos:Gif animado e Animado	R\$ 1.595,43
108.	Banner Formato Especial - Formatos: Interativo	R\$ 2.931,28
109.	WEB SITE CORPORATIVO - Criação das interfaces, arquitetura de informação, conteúdo e finalização html, csse javascript. Até 20 Páginas, cobrar a cada página extra mais 5% do valor total.	R\$ 18.086,56
110.	WEBSITE CORPORATIVO COM SISTEMAS DE GESTÃO DE CONTEÚDO. No caso de interfaces, arquitetura de informação e conteúdo criados pela agência, mas finalizado por terceiros com sistema de gestão de conteúdo (Site Dinâmico). Até 20 Páginas, cobrar a cada página extra mais 5% do valor total.	R\$ 10.854,35
111.	HOTSITE de evento e promocional – Até 5 Páginas, cobrar de cada página extra mais 5% do valor total.	R\$ 5.427,17
112.	Newsletter (mala direta via e-mail)	R\$ 2.178,09
113.	Apresentação em Power point- Até 30 Páginas, cobrar a cada página extra mais 5% do valor total. Formato: Executável para PC e MAC. Não estão inclusas as cópias da mídia, nem produções externas.	R\$ 6.600,00
MÍDIA ELETRÔNICA E INTERNET		
114.	Apresentação digital com estrutura de navegação - Até 20 páginas, cobrar a cada página extra mais 5% do valor total. Formato: Executável para PC e MAC. Não estão inclusas as cópias da mídia, nem produções externas.	R\$ 10.854,35
115.	Apresentação digital com estrutura de navegação com locução e Produção de conteúdo, montagem de fotos e dados informativos com locução. Até 30 Páginas, cobrar a cada página extra mais 5% do valor total. Formato: Arquivo executável para PC e MAC, com locução. Não estão inclusas as cópias da mídia, nem produções externas.	R\$ 18.086,56

116.	Apresentação em DVD e Produção de conteúdo, montagem de fotos e dados informativos com ou sem locução. Até 30 Páginas, cobrar de cada página a mais 5% do valor total.	R\$ 18.086,56
117.	Formato: DVD sem estrutura de navegação (menus). Não estão inclusas as cópias da mídia.	R\$ 18.086,56
Obs.: 1) Orçamentos podem sofrer alterações conforme a quantidade de conteúdo a ser inserida no trabalho;		
2) A produção de fotos, ilustração, vídeo ou computação gráfica não estará inclusa nestes valores.		

PROJETOS ESPECIAIS		
118.	Acompanhamento e apoio de atividades promocionais	15% da verba aplicada na ação
119.	Assessoramento no desenvolvimento de projetos programas, produtos ou serviços	
120.	Desenvolvimento de calendário promocional	
121.	Planejamento para lançamento ou relançamento de produtos	
122.	Planejamento anual para produto ou marca	

1. A tabela de produção acima não inclui custos extras tais como fotografias, manipulação digital de imagens, ilustrações, fotolitos, cromos, impressões em gráficas, produtoras, trilhas, efeitos especiais, fretes, postagens, transmissões via satélite, etc. Outros serviços não contemplados na tabela serão cobrados de acordo com orçamentos específicos, acrescidos dos 15% de taxa de serviço da agência

2. Pelos direitos de exibição do material e intermediação na compra e venda do espaço destinado à veiculação, a agência de propaganda fará jus ao desconto, EXCLUSIVO que lhe será pago pelo veículo, fixado em 20% (vinte por cento) do valor bruto da operação.

3. Fornecimento de arquivos digitais para reimpressão ou qualquer outra utilização implica num custo de 30% (trinta por cento) do valor correspondente na tabela.

4. Uma vez aprovados o orçamento e o layout e não executado o trabalho, fica o cliente ciente do custo de 50% sobre os serviços internos.

5. Para adaptação de peça para outros formatos de um mesmo tipo de mídia, cobrar 50% do valor. Para mídias diferentes, cobrar como criação.

6. No caso de adaptação de peças de menor formato para maior, acrescentar o valor em 50% sobre o custo de adaptação. Ex.: Adaptação (50% do valor de criação) + 50%.

7. Refação de trabalho: 30% sobre o valor do custo interno, para cada refação.

SERVIÇOS DIGITAIS

ANÚNCIOS DISPLAY	
PEÇA/TIPO	PREÇO REFERÊNCIA
Master (quaisquer dimensões)	R\$ 3.125,27
	ESTÁTICO
Adaptação (quaisquer dimensões)	R\$ 1.245,91
Reaplicação (ajustes de especificações para outros veículos)	R\$ 365,40
	ANIMADO
Adaptação (quaisquer dimensões)	R\$ 1.371,48
Reaplicação (ajustes de especificações para outros veículos)	R\$ 1.636,27
*Considerando horas de motion e reaplicação completa de uma campanha de display para a Rede Display Google (GDN), 18 formatos.	

FORMATOS PUBLICITÁRIOS MAIS UTILIZADOS	
PEÇA	DIMENSÕES-PIXEL
Arranha-céu (skyscraper)	120 x 600
Arranha-céu largo (wide skyscraper)	160 x 600
Banner	468 x 60
Super banner (cabeçalho)	728 x 90
Super banner expansível	728 x 90 - 728 x 300
Giga banner (cabeçalho grande)	970 x 90
Retângulo	180 x 150
Retângulo médio	300 x 250
Retângulo grande	336 x 280
Retângulo vertical	240 x 400
Barra vertical	200 x 446
Quadrado	250 x 250
Quadrado pequeno	200 x 200
Meia página (half page)	300 x 600
Outdoor (billboard)	970 x 250
Dhtml / Folder	Variável, até 72.200 px de área
MOBILE	
Feature Phones	
Small banner	120 x 20
Medium banner	168 x 28
Large banner	216 x 36
Feature Phones	
Banner e banner expansível	300x 50
Wide banner e wide banner expansível	320 x 50
Interstitial ADS	300 x 250
Observação: Formatos padrão IB e Rede Display Google (GDN). Sujeito a alteração.	

OUTRAS PEÇAS	
PEÇA	CRIAÇÃO/FINALIZAÇÃO
Post simples/Anúncio redes sociais (jpg/gifs + texto)	R\$ 2.807,62
Post Carrossel (jpg/gifs + texto)	R\$ 5.615,24
Cover para redes sociais	R\$ 2.807,62
	CRIAÇÃO/ANIMAÇÃO/PROGRAMAÇÃO
Anúncios para tablet horizontal ou vertical	R\$ 6.251,95
Anúncios para tablet horizontal e vertical	R\$ 9.377,54
Observações: 1) Adaptações de materiais já criados: 40% do valor original. 2) Os preços de anúncio para tablet incluem animação e programação. Para anúncio estático cobrar 60%.	

BUSINESS INTELLIGENCE	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Análise de BI	
Análise qualitativa de dados gerados a partir das diversas plataformas disponíveis no mercado que coletam dados nos canais utilizados nas ações. A análise consiste na interpretação dos dados tabulados extraíndo informações relevantes para a validação da estratégia e objetivos definidos para a ação (KPIs), gerando relatório de recomendações para a implementação de correções ou ajustes nas diversas ações em desenvolvimento. disponíveis no mercado que coletam dados nos canais utilizados nas ações.	R\$ 5.625,73
Observação: Análise estimada para campanhas de porte médio, com até 5 canais digitais diferentes.	

CAMPANHAS DIGITAIS	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
PLANEJAMENTO DE CAMPANHA	
Planejamento Estratégico de Campanhas Digitais	

A partir de briefing padrão com todas as informações referentes a campanha a ser planejada a equipe de planejamento, em conjunto com as equipes de BI e Mídia, desenvolverão o planejamento estratégico da campanha definindo: métodos de abordagem, personas alvo das ações, jornada do consumidor de acordo com o produto ou serviço objeto da campanha e objetivos a serem atingidos.	R\$ 29.550,92
Planejamento de Mídia para Campanhas Digitais A partir de briefing padrão com todas as informações referentes a campanha a ser planejada, somados as informações do planejamento estratégico da campanha, a equipe de mídia definirá: canais digitais que melhor atendem a estratégia definida, volume de mídia em cada canal, plano de mídia padrão com todo o detalhamento técnico dos canais escolhidos, KPIs, modelos e periodicidade de relatório para o cliente.	R\$ 20.175,00
Observação: Planejamento estimado para campanhas de porte médio com volume de autorização de mídia com até 5 canais digitais.	
GESTÃO DE CAMPANHA DE PERFORMANCE	
Rede de Pesquisa (Links Patrocinados) Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada
Rede de Display Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada
Programática Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada
Observação: Preço mínimo para Gestão de Campanha de Performance: R\$ 5.400/mês.	

REDES SOCIAIS	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
PLANEJAMENTO DE REDES SOCIAIS	
• Diagnóstico da presença nas redes sociais • Definição dos objetivos a serem atingidos • Avaliação das melhores plataformas para a marca e definição do papel estratégico de cada uma • Criação de guia de conteúdo, incluindo a identidade visual, recursos a ser utilizados, persona da marca, tom de voz, editorial e volumetria • Definição de métricas para acompanhamento • Definição de ferramentas para análise de desempenho	R\$ 22.770,13
GESTÃO DE REDES SOCIAIS	
Gestão de Canais e Conteúdo • Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação • Publicação de conteúdo próprio ou de terceiros • Planejamento recorrente dos temas abordados no mês • Customização das fanpages com o mote do período • Gerenciamento de fluxo de aprovação de conteúdo junto ao cliente • Volumetria: até 03 redes sociais, postagens nas seguintes quantidades: Facebook 3 posts/semana, Twitter 1 post/dia, Instagram 2 posts/semana • Insights para a produção de conteúdo • Entrega e apresentação de relatório mensal	R\$ 10.434,21 / mês

Gestão de Monitoramento • Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais (até 8.000 menções/mês) • Monitoramento de interações das pessoas com a marca e com as postagens • Monitoramento das postagens com métricas, análise, avaliação de resultados • Monitoramento de menções e temperatura de humor • Monitoramento de resultados de ações e campanhas • Indicadores de desempenho (KPIs) • Acordo de Nível de Serviço 5x8 • Entrega e apresentação de relatório mensal	R\$ 6.529,66 / mês
Gestão de Relacionamento • Monitoramento do relacionamento dos seguidores com a marca • Classificação do perfil de seguidores e influenciadores • Monitoramento e análise para ações emergenciais complexas e sem complexidade • Acordo de Nível de Serviço 5x8 • Volume médio de 150 interações por mês • Entrega e apresentação de relatório mensal	R\$ 9.208,51 / mês
Observação: Os preços não incluem contratação de ferramenta de gestão e monitoramento em redes sociais.	

SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION)	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
PLANEJAMENTO	
• Análise do comportamento de busca do mercado da empresa • Definição de palavras-chave positivas e negativas que afetam a audiência • Identificação das palavras-chave que estão mais associadas ao domínio • Definição dos melhores canais (buscadores) • Definição dos tipos de conteúdo mais adequados • Definição das estratégias de link building • Análise do Ranking orgânico (organic) e de autoridade (authority) • Estudo de consistência das palavras-chave em páginas específicas • Traffic source - tendências no volume de buscas para o mercado/segmento, em todos os buscadores. • Análise do Campo Semântico para qualificação da audiência desejada • Definição da estratégia de Gestão de Autoridade • Definição de Metas e KPIs	R\$ 19.672,72 / mês
GESTÃO	
Diagnóstico e Setup Inicial do Canal • Apontamento de otimizações da estrutura da informação no site • Melhorias no Title e Meta Description • Correções na indexação do site (rastreamento, ações manuais, dns, 404, robots, sitemaps e servidor) • Levantamento de Transferência de propriedade e autoridade de página/domínio • Análises de Broken Link, Backlinks e Link Building • Identificação de erros e fatores que podem ser interpretados como black hat • Relatório de posição do site na busca orgânica em palavras-chave positivas	R\$ 10.390,28 / mês
Preço para 20 sessões/templates	

Gestão de SEO • Orientações para criação de conteúdos relacionados aos objetivos traçados • Instruções técnicas para otimização de páginas • Revisão constante de códigos do canal • Otimização do conteúdo e das imagens • Instruções para otimização de back-links • Gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento • Volume sugerido criação de um conteúdo por semana.	R\$ 7.952,80 / mês
Escopos e investimentos estimados para um canal de pequeno e médio porte com especificação funcional semelhante aos citados nesta tabela.	

WEBSITE	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Responsivo com 10 seções: Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias, Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end para um novo website. Pannel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 31.057,78

HOTSITE	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Hotsite de evento com 8 seções: Home, Sobre o Evento, Como Chegar, Agenda, Palestrantes, Patrocinadores, Formulário de Contato, Formulário de Inscrição simples, sem meio de pagamento ou controles integrados. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Pannel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores. Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end para um novo website. Pannel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 17.880,05

MOBILE SITE	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Versão de um website já existente. 10 seções: Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias (fotos, vídeos), Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Pannel de Administração para atualização de conteúdo. HTML, desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes em até 10 resoluções diferentes de dispositivos móveis.	R\$ 18.584,44

BLOG	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Responsivo com 5 seções: Home, Categoria de conteúdo, Conteúdo, Resultados de Busca e Fale conosco. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Pannel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 12.054,77

LANDING PAGE

SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Página única de campanha já definida no planejamento, responsiva, com os seguintes elementos: Até 3 banners em slider, até 2 blocos de textos, até 10 imagens, até 3 vídeos incorporados de ferramenta de terceiros, formulário de captação que envia um e-mail ao administrador. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 5.960,58
Observações válidas para Website, Hotsite, Mobile Site, Blog e Landing Page: 1) Os preços não incluem produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo. 2) Os preços não incluem hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.	

MOBILE APP	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Desenvolvimento de aplicativo híbrido, proprietário, para as plataformas Android e IOS. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Funcionalidades: Login, Logout, Esqueci minha senha, Termos de Uso, Cadastro, Sobre o Aplicativo, Galeria de Fotos, Notícias, Push notification, Eventos, Alteração de dados cadastrais. Painel de Administração para atualização de conteúdo e APIs de integração entre o Back-end e o APP. Compatibilidade e testes nas últimas versões de sistema operacional dos principais dispositivos.	R\$ 48.219,09
Observação: O preço não inclui produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo.	

E-COMMERCE	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
E-commerce para empresas de pequeno e médio porte com nível de maturidade média em venda on-line. Layout e desenvolvimento front-end e back-end. Personalização das seguintes páginas: Home, Categoria de Produtos, Produto, Carrinho de Compras, Finalização de Pedido, Resultados de Busca, Institucional. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 40.350,00
Observações: 1) O preço não inclui: planejamento, treinamento, homologação de meios de pagamento, homologação de formas de entrega e carga de produtos. 2) O preço não inclui desenvolvimento ou locação de plataforma, que deve ser orçado à parte. 3) O preço não inclui hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.	

E-MAIL MARKETING	
PREÇO/REFERENCIA	
Criação e produção do HTML Criação de layout com conteúdo produzido a partir de briefing do cliente, mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração.	R\$ 2.807,62
Outros serviços de E-mail Marketing Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.	Sob consulta

NEWSLETTER	
PREÇO/REFERENCIA	
Criação e produção do HTML Criação de layout mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração. *Conteúdo especializado produzido pelo cliente.	R\$ 2.807,62
Outros serviços de Newsletter Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.	Sob consulta

MODELO DE PRECIFICAÇÃO OPCIONAL

PROJETOS - CUSTOS VARIÁVEIS
Custos referenciais hora-homem para planejamento, criação, execução e gestão de projetos digitais, com natureza e grau de complexidade diferentes e custos variáveis. EXEMPLOS: 1) Site, mobile site, hotsite, e-commerce, landing page, blog e mobile app. 2) Análise de presença, Planejamento e Gestão de marcas em redes sociais. 3) Planejamento e Gestão de campanhas digitais. 4) Planejamento, setup e gestão de SEO. 5) Produção de conteúdo especializado e multimídia para sites, redes sociais, etc. 6) Criação e produção de Intervenções diferenciadas. O orçamento final será baseado em três pilares essenciais: 1- Detalhamento claro do escopo de trabalho 2- Metodologia para execução e gestão de projeto 3- Tecnologia adotada

MODELO DE PRECIFICAÇÃO OPCIONAL	
ÁREAS	VALORES REFERENCIAIS DE HORA-HOMEM
1) Planejamento	R\$ 317,95 a 382,34
2) Atendimento e Gestão	R\$ 255,16 a 318,74
3) Design/Criação	R\$ 255,16 a 318,74
4) Produção de Conteúdo (web ou redes sociais)	R\$ 221,36 a 270,45
5) Programação	R\$ 190,58 a 255,16