



PODER  
JUDICIÁRIO  
DE ALAGOAS

DEPARTAMENTO CENTRAL DE AQUISIÇÕES

**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE ALAGOAS**

**TOMADA DE PREÇOS Nº 03/2011**

**TIPO “TÉCNICA E PREÇO”**

Regida pela Lei nº 8.666/93, pela Lei Complementar nº 123/2006 e pela Lei nº 12.232/2010.

Objeto

Contratação de 01 (uma) 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.

**SESSÃO PÚBLICA DE ABERTURA DO CERTAME**

Data: 16 de abril de 2012.

Horário: 09h

Local:

Tribunal de Justiça de Alagoas, Edifício Anexo I, 1º andar, Departamento Central de Aquisições, Sala 12. Praça Marechal Deodoro, 319, Centro, Maceió – AL, CEP 57020-919.

**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) 4009-3231

Fax: (82) 4009-3274

EDITAL

PROCESSO Nº 03041-7.2011.001  
TOMADA DE PREÇOS Nº 003/2011

O TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE ALAGOAS, através da Comissão Permanente de Licitação, instituída pela Portaria nº 264/2011, 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 **TOMADA DE PREÇOS, do tipo Técnica e Preço**, em conformidade com a Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações, Lei nº 9.784/99, Ato Normativo nº 04/2006, que regulamenta a consulta ao SISTEMA DE CADASTRAMENTO UNIFICADO DE FORNECEDORES – SICAF, instituído pela Instrução Normativa nº 05 de 21.07.95 do Ministério da Administração Federal e Reforma do Estado – MARE e suas alterações posteriores, Lei Complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006 e Lei nº 12.232/2010, Atos Normativos nº 15/2006, publicado no D.O.E no dia 31 de janeiro de 2007, nº 04, de 25 de abril de 2006, publicado no D.O.E no dia 27 de abril de 2006 e nº 10, de 12 de julho de 2006, publicado no D.O.E no dia 24 de julho de 2006, bem como demais exigências deste Edital e seus anexos.

**RECEBIMENTO E ABERTURA DOS ENVELOPES**

DATA: **16 de abril de 2012.**

HORÁRIO: **09:00 h**

LOCAL DAS REUNIÕES: Edifício Sede deste Tribunal, situado na Praça Marechal Deodoro da Fonseca, nº 319, 1º andar, Centro - Maceió - AL.

**1.0. DO OBJETO**

**1.1 - Contratação de 01 (uma) 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.**

**1.2. ESPECIFICAÇÕES DO OBJETO E VALOR DA LICITAÇÃO**

1.2.1 - O objeto da contratação inclui a execução das peças publicitárias previstas no Anexo I, definidas com base na Tabela Referencial de Custos Internos da ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade – Alagoas, edição 2011, e, como atividades complementares, os serviços especializados de:

1.2.1.1 – Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação de geração de conhecimento sobre o mercado, público-alvo, os meios de divulgação nos quais

serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas.

1.2.1.2 – Produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados.

1.2.1.3 – Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, e consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.2.2 - O pagamento da Administração à agência contratada, pelos serviços prestados nas etapas de planejamento e 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 2011.

1.2.2.1 – A Administração pagará a agência contratada honorários de até 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços especializados tomados junto a terceiros. Quando a responsabilidade da agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento dos serviços especializados, a Administração pagará honorários de até 10% (dez por cento), tudo em observância aos regramentos do Conselho Executivo de Normas Padrão da Atividade Publicitária.

1.2.3 - A Agência contratada será responsável pelos custos de criação das ações e campanhas publicitárias, bem como pelos custos de produção e veiculação, que só serão efetuados, mediante aprovação e autorização expressas da Administração.

1.2.4 – O prazo de vigência do contrato será de até 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.

1.2.5 – O Poder Judiciário de Alagoas poderá investir em publicidade, por meio da agência vencedora da licitação, até o montante máximo de **R\$ 475.000,00 (quatrocentos e setenta e cinco mil reais)**, no período de vigência do contrato.

1.2.6 – O Poder Judiciário de Alagoas somente pagará os serviços efetivamente realizados, não estando obrigado a investir o total de recursos estabelecido no item 1.2.5, e sua decisão não gerará à agência vencedora da licitação a garantia ou o direito de requerer indenização por quaisquer perdas e danos.

## **2.0. DAS DISPOSIÇÕES INICIAIS**

2.1. Pedidos de esclarecimentos ou questionamentos sobre o conteúdo do edital e de seus anexos deverão ser dirigidos ao (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) 4009-3244/3326-6360 ou correspondência dirigida à Comissão, no seguinte endereço: Edifício Sede deste Tribunal, situado na Praça Marechal Deodoro da Fonseca, nº 319, 5º andar, Centro - Maceió - AL. CEP: 57020919 e ainda, para o e-mail: [pregao.tj.al@gmail.com](mailto:pregao.tj.al@gmail.com), 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 15(quinze)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 Tomada de Preços a licitante que se enquadrar em qualquer das seguintes situações:

- a) cuja falência haja sido decretada ou que esteja em regime de concordata, dissolução, liquidação;
- b) que tenha sido declarada inidônea e/ou suspensas temporariamente, por qualquer órgão da Administração Direta ou Indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios;
- c) formada por consórcio, qualquer que seja sua forma de constituição;
- d) que tenha empregados que sejam cônjuges, companheiros ou parentes em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, inclusive de ocupantes de cargo de direção e assessoramento, de membros ou juízes vinculados a este Tribunal (art. 3º, da Resolução nº07/2005, com a redação dada pela Resolução nº 09/2005, ambas do Conselho Nacional de Justiça).

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. Não poderão participar da presente licitação empresas punidas nos termos dos incisos III e IV do artigo 87 da Lei n.º 8.666/93.

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 poderá ser apresentado à Comissão no início dos trabalhos, isto é, antes da abertura dos envelopes de Documentação, ou quando esta 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 instituições 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 nos arts. 42 ao 45, da 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 nos arts. 42 ao 45 da Lei Complementar nº 123/2006.**

**3.10. Os documentos exigidos no credenciamento, deverão ser apresentados fora dos envelopes nºs 01 e 02.**

## **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 ao (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 à 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. DO RECEBIMENTO DOS ENVELOPES**

5.1 – Deverão ser entregues cinco envelopes fechados, na data, horário e no local indicados e na conformidade com o demonstrado no modelo anexo ao documento.

5.1.1 – A proposta técnica será apresentada em três invólucros distintos, com o seguinte conteúdo:

- a) Primeiro envelope: via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária previsto no subitem 6.1.1 deste edital;
- b) Segundo envelope: via identificada do Plano de Comunicação Publicitária previsto no subitem 6.1.1, constando externamente a identificação da proponente e o dizer “PROPOSTA TÉCNICA – Plano de Comunicação Publicitária”, conforme modelos estabelecidos no edital;
- c) Terceiro envelope: Conjunto de Informações da Proponente, previsto no subitem 6.1.2, constando externamente a identificação da proponente e o dizer “PROPOSTA TÉCNICA – Informações da Proponente”, conforme modelos estabelecidos no edital.

5.1.1.1 – O invólucro destinado à apresentação da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária será padronizado e fornecido previamente pela Comissão Permanente de Licitação, sem nenhum tipo de identificação, podendo ser retirado no DCA até o dia marcado para a sessão pública, antes de sua abertura.

5.1.2 – O envelope nº 04 conterá a proposta preços, que não poderá exceder o valor referencial dos custos de criação estabelecidos no Anexo I nem os limites percentuais estabelecidos neste instrumento convocatório para serviços complementares tomados junto a terceiros, constando externamente a identificação da proponente e o dizer “PROPOSTA DE PREÇOS”, conforme modelos estabelecidos no edital.

5.1.3 – O envelope nº 05 conterá exclusivamente toda a documentação de Habilitação, devendo constar externamente a identificação da proponente e o dizer “HABILITAÇÃO”, conforme modelo preestabelecido.

5.2 – Caso a proponente seja representada por terceiro para acompanhar o procedimento licitatório, deve este apresentar carta de credenciamento, conforme modelo estabelecido no edital, que deverá ser entregue à Comissão de Licitação antes da abertura do envelope 3.

## **6.0. DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – ENVELOPES Nº 1, 2 e 3**

6.1 - 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, conforme detalhamento a seguir:

6.1.1 – Plano de Comunicação Publicitária: documento elaborado com base no *briefing* fornecido pela Diretoria de Comunicação (Anexo II), apresentado em 02 (duas) vias, uma sem identificação de sua autoria e outra com a identificação, tendo a via identificada o mesmo teor

da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa, e deverá conter os seguintes quesitos:

I - raciocínio básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do órgão ou entidade responsável pela licitação, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

II - estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo órgão ou entidade responsável pela licitação;

III - ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;

IV - estratégia de mídia e não mídia, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

6.1.1.1 – O texto do plano deverá ser redigido em no máximo de 20 (vinte) páginas datilografadas ou impressas (excluídos os anexos), em formato A4 , papel branco, 3 cm na margem esquerda e direita a partir da borda, texto em fonte Times New Roman, tamanho da fonte 12; espaçamento de parágrafo 1.5 pt.; numeração de páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito; encadernação única em espiral preta sem capa (art. 5º, III, da Lei Federal nº 12.232/10);

6.1.1.2 Os exemplos de peças publicitárias pertinentes à ideia criativa, materializados em layouts e roteiros, não entram no cômputo do limite de 20 páginas de texto estabelecido para o plano de comunicação.

6.1.1.3 – Na elaboração de tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação, ressalvando-se que essas informações não entram no cômputo do limite de 20 páginas de texto estabelecido para o plano de comunicação.

6.1.1.4 – No cálculo da alocação dos valores para produção e veiculação da campanha de que trata o inciso III do subitem 6.1.1, a licitante utilizará como referencial a verba de R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais). Fica a critério da licitante a definição do período de veiculação, limitado a 12 meses, na simulação de mídia.

6.1.1.5 – A critério da Administração, a campanha publicitária da proposta vencedora poderá ou não vir a ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

6.1.1.6 – É vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro referente à via identificada.

6.1.2 – Conjunto de informações da proponente: Informações destinadas à avaliação da capacidade de atendimento e do nível dos trabalhos realizados pelas licitantes em prol de seus clientes, conforme quesitos a seguir estabelecidos:

a) Repertório: apresentação do conjunto dos trabalhos anteriores da agência efetivamente elaborados, veiculados, distribuídos ou expostos sob a forma de peças publicitárias e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá a indicação sucinta da questão a que a peça se propôs a tratar. A licitante deve apresentar peças para os meios TV, Rádio, Jornal, Outdoor e Internet, sendo o mínimo de uma e o máximo de duas peças por tipo de mídia. Cada uma das peças deverá trazer a indicação de pelo menos um veículo que a divulgou.

a.1) Os materiais de televisão e internet deverão ser apresentados em DVD, os de rádio em CD, e o material gráfico na forma original ou através de cópia.

b) Capacidade de Atendimento – quantificação, qualificação e tempo de experiência profissional: o licitante deverá apresentar a relação da equipe técnica de profissionais que será colocada à disposição da execução do contrato, além dos respectivos currículos resumidos do pessoal envolvido, discriminando as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento (técnico e administrativo). Cada currículo poderá ter no máximo de 5 (cinco) páginas datilografadas ou impressas, em formato A4;

c) Capacidade de Atendimento – Sistemática de Atendimento: sistemática de atendimento a ser adotada pela licitante para a boa e regular execução do objeto do contrato, com a indicação de prazos a serem cumpridos, em condições normais de trabalho, para criação de peça avulsa ou campanha publicitária e elaboração do plano de mídia, e também em circunstâncias emergenciais, que demandem a execução de trabalhos a médio, curto e curtíssimos prazos;

d) Capacidade de Atendimento – Estrutura: Instalações, infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição do Tribunal, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

e) Capacidade de Atendimento – Informações adicionais: Discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Tribunal, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

6.1.2.1 – As informações solicitadas nas alíneas “b” à “e” devem ser prestadas em no máximo 5 (cinco) páginas datilografadas ou impressas, em formato A4, excluindo desse cômputo os anexos exigidos na alínea “b” (currículos).

6.1.2.2 – É vedada a aposição ao invólucro destinado ao conjunto de informações da proponente, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros do referido plano.

6.1.3 – A Proposta Técnica deverá ser redigida em Língua Portuguesa, admitida a citação de expressões e termos técnicos em língua estrangeira, desde que de uso corrente ou consagrado, sem emendas, ressalvas, entrelinhas e rasuras.

6.1.4 – Será desclassificada a proposta técnica do licitante que descumprir o disposto nos subitens 6.1.1.6 e 6.1.2.2, bem como as demais exigências deste instrumento convocatório.

## **7.0. DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS – ENVELOPE Nº 4**

7.1 - A Proposta de Preços deverá ser única e apresentada em uma via datilografada ou impressa e, preferencialmente, conforme Formulário Padrão de Proposta anexo ao edital, redigida com clareza em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, sem alternativas, emendas, rasuras ou entrelinhas, devidamente datada, assinada, com identificação do representante legal da licitante.

7.1.1 – A Proposta de Preços deverá conter os elementos necessários à sua avaliação, consistentes em:

7.1.1.1 – Razão social e CNPJ, endereço completo, telefone, fax para contato e, se possível, endereço eletrônico (e-mail);

7.1.1.2 – Número do processo, edital e do procedimento licitatório;



7.1.1.3 – Proposta da agência quanto ao desconto, que será concedido ao Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas para cada bloco de custos internos (1 a 15) constantes do Anexo I, definidos com base na Tabela Referencial de Custos Internos da ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade – Alagoas, edição 2011: \_\_\_\_% (\_\_\_\_ por cento).

7.1.1.3.1 – O percentual de desconto será único para todos os itens de cada bloco de custos internos (1 a 15) do Anexo I, admitindo-se percentuais de descontos diferenciados entre os blocos.

7.1.1.4 – Percentual de honorários que cobrará sobre os custos comprovados de serviços especializados realizados por terceiros, de produção de peças e materiais cuja distribuição/veiculação **NÃO PROPORCIONE** o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação: \_\_\_\_%(\_\_\_\_ por cento).

7.1.1.5 – Percentual de honorários que cobrará sobre os custos comprovados de serviços especializados realizados por terceiros, de produção de peças e materiais cuja distribuição/veiculação **PROPORCIONE** o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação: \_\_\_\_%(\_\_\_\_ por cento).

7.1.1.6 – Percentual de honorários que cobrará sobre os custos comprovados de outros serviços especializados realizados por terceiros, com a efetiva intermediação da licitante, a fim de dar suporte aos demais serviços destinados atendimento das necessidades de comunicação do Tribunal de Justiça de Alagoas: \_\_\_\_% (\_\_\_\_ por cento).

7.1.1.7 – 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**: \_\_\_\_%(\_\_\_\_ por cento).

7.1.1.8 – Percentual máximo a ser pago pelo Tribunal de Justiça de Alagoas sobre o cachê original, a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz; sobre o valor original de cessão de uso de obras consagradas incorporadas as peças, aos detentores dos direitos patrimoniais de uso destas obras; bem como pela reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado: \_\_\_\_% (\_\_\_\_ por cento).

7.1.1.9 – No preço proposto deverão estar incluídos todos os custos e despesas, tais como: custos diretos e indiretos, inclusive materiais de uso e consumo para consecução dos serviços, assessoria de marketing, planejamento, criação e mão-de-obra; encargos tributários, sociais e trabalhistas; seguros, remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos por tempo limitado ou total e definitiva; lucro e outros necessários ao cumprimento integral do objeto deste Edital e seus Anexos;

7.1.1.10 – Dados bancários (número da conta corrente, agência e respectivo Banco);

7.1.1.11 – Datas e Assinatura do representante legal;

7.1.1.12 – Qualificação completa do representante legal da empresa, para assinatura do contrato, juntando procuração, se for o caso, de procurador com poderes para firmar o Contrato;

7.1.1.13 – Prazo de validade da proposta que deverá ser de, no mínimo, 90 (noventa) dias a contar da data de entrega dos envelopes contendo a documentação, a proposta técnica e a proposta comercial. Caso não conste na proposta, o prazo de validade será considerado de 90 (noventa) dias.

7.1.2 – Declaração expressa na qual a proponente:

7.1.2.1 – Tratará da questão dos direitos autorais, estabelecendo:

I. A cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os

estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, comunicação e marketing, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após vigência do contrato;

II. O compromisso de – em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros – solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que o Contratante escolha uma das opções;

III. Que – nos casos de cessão de direitos por tempo limitado – condicionará a contratação de serviços com terceiros por período mínimo de seis meses e que utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos no respectivo ato de cessão;

IV. O compromisso – quando o Tribunal de Justiça de Alagoas optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva – de fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:

a) Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados; e

b) Estabeleçam que o Tribunal de Justiça de Alagoas poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após o seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

V. Que considerará como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado ou total e definitiva;

VI. O compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos;

VII. O compromisso de fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

a) Que ao Tribunal de Justiça de Alagoas será entregue cópia de todo material bruto produzido;

b) A cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material ao Tribunal de Justiça de Alagoas, que poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato a ser firmado e mesmo após o seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos; e

c) Que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

VIII. O compromisso de sempre negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes das declarações referidas para os direitos de imagem e de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias do Tribunal de Justiça de Alagoas.

7.1.2.2 – Estabelecerá o compromisso de obter, junto a terceiros fornecedores e veículos dos diversos meios existentes, os melhores descontos praticados no mercado em cada

ocasião, considerando-se investimentos de igual expressão e , ainda, a hipótese descrita na Proposta Técnica.

7.1.2.3 – Garantirá a transferência ao Contratante de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.

7.1.3 – Para a elaboração da proposta deverão ser observadas todas as especificações e condições constantes no edital e seus anexos.

7.1.4 – As licitantes, após a apresentação das propostas, não poderão alegar preço inexequível ou cotação incorreta e deverão fornecer os serviços sem ônus adicionais.

7.1.5 – Nos casos em que as empresas se negarem a fornecer os serviços estas estarão sujeitas às sanções administrativas constantes no instrumento convocatório.

7.1.6 – A apresentação das propostas implicará plena aceitação, por parte do licitante, das condições estabelecidas no edital e seus anexos.

7.1.7 – A empresa licitante deverá prestar os serviços dentro das especificações constantes do edital.

7.1.8 – A sessão pública poderá ser suspensa, por prazo a ser definido na própria sessão, para a análise prévia que se fizer necessária.

7.1.9 – O preço ofertado permanecerá fixo e irrevogável, ressalvadas as hipóteses do art. 65, da Lei Federal nº 8666/93 aplicáveis ao presente caso;

7.1.10 – Serão desclassificadas as propostas de preço que:

- a) estiverem em desacordo com o Edital;
- b) não estiverem assinadas pelo licitante participante;
- c) apresentarem preços acima dos praticados no mercado ou com taxas excessivas,
- d) apresentarem preços manifestamente inexequíveis, verificadas de acordo com o disposto no §1º do art. 48 da Lei Federal nº 8666/93, alterado pela Lei nº 9648/98.

7.1.11 – No caso da proposta ser considerada inexequível, nos termos da letra “d”, a Comissão Permanente de Licitações solicitará justificativa detalhada da composição dos custos para avaliação. Caso essa proposta seja adjudicada, deverá a comissão exigir as garantias de que trata o art. 48, II e parágrafos, e o art. 56, ambos da Lei Federal nº 8666/93.

7.1.12 – Considerar-se-ão manifestamente inexequíveis os preços que não venham a ter sua viabilidade demonstrada através de documentação que comprove que os custos dos insumos são coerentes com os de mercado, e que os coeficientes de produtividade são compatíveis com a execução objeto do contrato.

7.1.13 – Se todas as propostas forem desclassificadas, a Administração poderá fixar aos licitantes o prazo de 08 (oito) dias úteis para apresentação de outra, escoimada a causa que ensejou a desclassificação, conforme facultado pelo §3º, do art. 48, da Lei Federal nº 8666/93.

7.1.14 – Não serão aceitas propostas com pagamento antecipado ou contraprestação de serviço e, ainda não serão levadas em consideração quaisquer ofertas que não se enquadrem nas especificações exigidas. Não se admitirá proposta que apresente preço unitário simbólico, irrisório ou de valor zero ou incompatível com os preços dos insumos e salários de mercados, acrescidos dos respectivos encargos, ressalvada hipótese de a Administração, aceitando as justificativas detalhadas apresentadas pelo proponente resolver adjudicá-la, exigindo as garantias de que trata o art. 48, II e parágrafos e o art. 56, ambos da Lei Federal nº 8666/93.

## **8.0. DA APRESENTAÇÃO DA HABILITAÇÃO – ENVELOPE Nº 05**

8.1 - Para fins de habilitação jurídica a Empresa deve apresentar:

- a) registro comercial, no caso de empresa individual;
- b) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
- c) inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício;
- d) decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

8.2 – Para fins de comprovação de qualificação técnica a Empresa deve apresentar:

a) atestado(s) fornecido(s) por pessoas jurídicas de direito público ou privado, aos quais tenha prestado serviços similares e compatíveis com o objeto desta licitação, conforme itens 1.0 e 1.2.1 deste projeto básico, devendo constar do documento as seguintes informações:

I- nome e CNPJ e endereço completo da pessoa jurídica tomadora dos serviços;

II – nome e CNPJ da empresa que prestou os serviços;

III – descrição dos serviços;

IV – período de execução dos serviços;

V – pronunciamento quanto à qualidade dos serviços e em relação ao cumprimento das obrigações assumidas;

VI – local e data da emissão do atestado;

VII – identificação (nome e cargo ou função) e assinatura do signatário do atestado, com firma devidamente reconhecida em cartório.

b) Certificado de qualificação técnica do Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), com regulamento estabelecido pelo Decreto 57690/66 – alterado pelo Decreto 4563/02 –, ambos regulamentadores da Lei 4.680/65, que rege a atividade publicitária, **nos termos do art. 4º, § 1º da Lei 12.232/2010.**

8.2.1 – Uma mesma pessoa jurídica poderá emitir mais de um atestado em favor da mesma licitante; todavia, tal hipótese só será admitida se os atestados se referirem a contratos distintos.

8.3 – Para comprovação da regularidade fiscal, a empresa deve apresentar:

a) certidão conjunta negativa de débitos relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União;

b) prova de regularidade relativa à Seguridade Social: Certidão Negativa de Débito – CND, emitido pelo Instituto Nacional do Seguro Social – INSS;

c) certificado de regularidade para com o FGTS – CRF, expedido pela Caixa Econômica Federal;

d) Certidão Negativa de Débito – CND junto à Fazenda Municipal, emitida por órgão competente.

8.4 - Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, caso a licitante seja enquadrada como ME ou EPP, será assegurado o prazo de 2 (dois) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que a proponente (ME ou EPP) for convocada pelo (a) Presidente da Comissão para o saneamento da documentação apresentada com restrições, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração, de conformidade com o § 1º do art. 43 da LC nº 123/2006;

8.5 - A não-regularização da documentação, no prazo previsto no subitem anterior, implicará

decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções cabíveis, sendo facultado à Administração convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação, com supedâneo no § 2º do art. 43 da supracitada Lei Complementar.

8.6 - A prerrogativa regulamentada no subitem 8.2 não desobriga as ME ou EPP da apresentação dos documentos de regularidade fiscal, os quais deverão ser apresentados mesmo que com restrições, sob pena de inabilitação.

8.6.2 - Caso haja microempresa ou empresa de pequeno porte com pendência (s) na comprovação de sua regularidade fiscal, esta não será inabilitada neste momento, procedendo-se a eventual regularização *a posteriori*, nos termos do artigo 43 da LC nº 123/2006.

## **9.0. – DO PROCESSAMENTO DA LICITAÇÃO: DA ABERTURA DOS ENVELOPES E DO JULGAMENTO**

9.1 - O certame será processado e julgado de acordo com o procedimento estabelecido pelo art. 11 da Lei Federal nº 12.232/10, devendo os invólucros com as propostas técnicas e de preços ser entregues à Comissão Permanente na data, local e horário determinados neste instrumento convocatório.

9.1.1 – Os invólucros padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só serão recebidos pela Comissão Permanente se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a empresa licitante. A comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

9.1.1.1 – Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

9.1.2 – O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

I – abertura dos 2 (dois) invólucros com a via não identificada do plano de comunicação (primeiro envelope) e com as informações de que trata o subitem 6.1.2 deste instrumento convocatório (terceiro envelope), em sessão pública, pela Comissão Permanente;

II – encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão técnica para análise e julgamento;

III – análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as propostas técnicas que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do art. 6º da Lei 12.232/20010;

IV – elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à Comissão Permanente, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

V – análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o subitem 6.1.2 deste edital, desclassificando-se as propostas técnicas que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;

VI – elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inciso V deste subitem e

encaminhamento à Comissão Permanente, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

VII – realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

- a) abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária;
- b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;
- c) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;
- d) proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

VIII – publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea *b* do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

IX – abertura dos invólucros com as propostas de preços, em sessão pública, obedecendo-se ao previsto no disposto no § 2º do art. 46 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 (licitações do tipo “técnica e preço”);

X – publicação do resultado do julgamento final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea “b” do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

XI – convocação dos licitantes classificados no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação;

XII – recebimento e abertura do invólucro com os documentos de habilitação dos licitantes previstos no inciso XI deste subitem, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório;

XIII – decisão quanto à habilitação ou inabilitação dos licitantes previstos no inciso XI deste subitem e abertura do prazo para interposição de recurso, nos termos da alínea “a” do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

XIV - reconhecida a habilitação dos licitantes, na forma dos incisos XI, XII e XIII deste subitem, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto licitado, observado o disposto no § 3º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010.

9.1.2.1 – O descumprimento, por parte de agente do órgão ou entidade responsável pela licitação, dos dispositivos da Lei nº 12.232/2010 destinados a garantir o julgamento do plano de comunicação publicitária sem o conhecimento de sua autoria, até a abertura dos invólucros de que trata a alínea “a” do inciso VII do § 4º do art. 11 da Lei nº 12.232/2010, implicará a anulação do certame, sem prejuízo da apuração de eventual responsabilidade administrativa, civil ou criminal dos envolvidos na irregularidade.

9.1.2.2 – Uma vez abertos os envelopes não serão admitidos proponentes retardatários e nem serão permitidas quaisquer retificações ou inclusões de documentos, salvo os expressamente solicitados pela Comissão.

9.1.2.2.1 – Os documentos contidos nos envelopes serão rubricados pelos membros da

Comissão, bem como pelos proponentes ou seus representantes credenciados, à exceção do envelope com a via não identificada do plano de comunicação publicitária, observado o disposto nos subitens 6.1.1.6 e 6.1.2.2), que só poderá ser rubricado após a proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica.

9.1.2.2.2 – Qualquer manifestação feita durante as sessões de abertura dos envelopes será através de pessoa devidamente credenciada pelo licitante proponente, sendo inserida em ata, que será assinada pelos membros da Comissão e pelos proponentes ou seus credenciados.

9.1.2.2.3 – Os envelopes contendo as propostas de preços dos licitantes desclassificados ficarão à disposição destes após o transcurso dos prazos de recursos ou a publicação do resultado dos mesmos casos interpostos.

9.1.2.2.4 – A Comissão, subcomissão técnica, ou autoridade superior, poderá em qualquer fase da licitação, promover diligências destinadas a esclarecer ou complementar a instrução do processo.

9.1.2.2.5 – A subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 da Lei Federal nº 12.232/10 reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no edital.

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

9.1.2.3 – Após a análise e elaboração da ata de julgamento dos quesitos pela subcomissão técnica, será designada nova data de sessão para a apuração do resultado geral das propostas técnicas, para adoção dos procedimentos previstos no subitem 9.1.2 , VII, alíneas “a” à “d”.

9.1.2.4 – Após o decurso do prazo recursal do resultado do julgamento da proposta técnica, será designada sessão pública para abertura dos envelopes com a proposta de preços.

9.1.2.5 – Efetuada a publicação do resultado final das propostas e decorrido o prazo recursal, será designada a sessão para entrega e abertura dos documentos de habilitação apenas dos licitantes classificados no julgamento final;

9.1.3 – A Comissão Permanente de Licitações reserva-se no direito de revogar, anular, adquirir no todo ou em parte ou rejeitar todas as propostas, sem que caiba aos participantes direito a qualquer indenização, desde que justificadamente haja conveniência administrativa e por razões de interesse público;

9.1.4 – A publicidade das decisões da Comissão Permanente de Licitações quanto ao julgamento da proposta técnica, proposta comercial e demais atos legalmente obrigatórios far-se-à mediante publicação no Diário de Justiça Eletrônico, nos moldes do art. 109, § 1º da Lei Federal n.º 8666/93, com as alterações da Lei Federal n.º 8883/94.

#### 9.1.5 – JULGAMENTO DA DOCUMENTAÇÃO

9.1.5.1 – Serão inabilitados da licitação os participantes que:

9.1.5.1.1 – Não atenderem ou não preencherem as condições exigidas no edital.

9.1.5.1.2 – Apresentarem documentação incompleta ou com borrões, rasuras, entrelinhas, cancelamento em partes essenciais, sem a devida ressalva;

9.1.5.2 – Se todos os proponentes forem inabilitados, a Administração poderá fixar prazo

de 08 (oito) dias úteis para apresentação de nova documentação, conforme determina o art. 48, §3º da Lei Federal nº 8666/93, escoimada da causa que ensejou a inabilitação.

#### 9.1.6 – JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1.6.1 – Após a abertura dos envelopes serão analisadas as Propostas Técnicas (envelope nº 1 e nº 3) pela subcomissão técnica, avaliando-se o plano de comunicação publicitária e o conjunto de informações exigidos no subitem 6.1 deste instrumento convocatório.

9.1.6.2 – A técnica será avaliada de acordo com critério objetivo, atribuindo-se notas aos quesitos a ela pertinentes.

9.1.6.3 – Serão levados em conta pela subcomissão técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito:

##### 9.1.6.3.1 – Plano de Comunicação Publicitária:

##### a) Raciocínio Básico – a acuidade e compreensão

- a.1) das características do Tribunal de Justiça de Alagoas e das atividades relevantes para a comunicação publicitária;
- a.2) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Contratante com seus públicos;
- a.3) Do papel do Tribunal de Justiça de Alagoas no atual contexto social, político e econômico.

##### b) Estratégia de Comunicação Publicitária:

- b.1) A adequação da temática e conceitos propostos à natureza e qualificação do Tribunal de Justiça de Alagoas;
- b.2) A consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em sua defesa; e
- b.3) A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Tribunal de Justiça de Alagoas com a população em geral.

##### c) Ideia Criativa

- c.1) Sua adequação à temática apresentada;
- c.2) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c.3) A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- c.4) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- c.5) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- c.6) Sua pertinência às atividades do Tribunal de Justiça de Alagoas;
- c.7) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- c.8) A exequibilidade das peças; e
- c.9) A compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.

##### d) Estratégia de Mídia e Não Mídia:

- d.1) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos diferentes segmentos de público a serem atingidos pelas ações de comunicação do Tribunal de Justiça de Alagoas;
- d.2) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- d.3) A consistência do plano simulado de distribuição de peças, considerando o



exposto nas linhas anteriores;

d.4) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da Contratante;

d.5) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças; e

d.6) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

#### 9.1.6.3.2 – Conjunto de informações da proponente:

##### a) Repertório

a.1) A ideia criativa e sua pertinência;

a.2) A clareza e exposição;

a.3) A qualidade da execução e do acabamento;

b) Capacidade de atendimento – Qualificação, quantificação e experiência profissional: A capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a quantidade, a qualificação e a experiência dos profissionais do quadro colocados à disposição da Contratante nos diferentes setores da agência;

c) Capacidade de atendimento – Sistemática de atendimento: operacionalidade no relacionamento entre Contratante e agência, segurança técnica e operacional e presteza no atendimento às solicitações; e

d) Capacidade de atendimento – Estrutura: adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato;

e) Capacidade de atendimento – Informações adicionais: a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Poder Judiciário de Alagoas, sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato.

9.1.6.4 – As propostas serão classificadas de acordo com a soma da pontuação obtida nos seguintes itens:

9.1.6.4.1 – Plano de Comunicação Publicitária: Para o conjunto de quesitos referente ao Plano de Comunicação Publicitária será atribuído até 50 (cinquenta) pontos. A subcomissão técnica levará em consideração os critérios contidos no subitem 9.1.6.3.1 e a seguinte distribuição de pontuação máxima entre os quesitos:

| <b>Quesito</b>                         | <b>Nº de Pontos (máximo)</b> |
|----------------------------------------|------------------------------|
| Raciocínio básico                      | 5 pontos                     |
| Estratégia de comunicação publicitária | 15 pontos                    |
| Ideia criativa                         | 20 pontos                    |
| Estratégia de mídia e não mídia        | 10 pontos                    |

9.1.6.4.2 – Conjunto de Informações da Proponente: Ao conjunto de informações das proponentes será atribuído até 50 (cinquenta) pontos, observando-se os seguintes quesitos:

a) Avaliação do Subitem 6.1.2. alínea “a” (Repertório) – até 20 pontos, sendo até 10 pontos para análise dos atributos das peças e até 10 pontos para o quantitativo de peças.

| <b>Subquestitos (análise técnica)</b> | <b>Nº de Pontos (máximo)</b> |
|---------------------------------------|------------------------------|
| Ideia criativa e sua pertinência      | 4 pontos                     |
| Clareza e exposição                   | 3 pontos                     |
| Qualidade da execução e do acabamento | 3 pontos                     |

| <b>Nº de Peças Apresentadas</b> | <b>Nº de Pontos</b> |
|---------------------------------|---------------------|
| 5 peças                         | 5 pontos            |
| 6 peças                         | 6 pontos            |
| 7 peças                         | 7 pontos            |
| 8 peças                         | 8 pontos            |
| 9 peças                         | 9 pontos            |
| 10 peças                        | 10 pontos           |

a.1) A licitante que não cumprir o limite mínimo de peças estabelecido no subitem 6.1.2, alínea “a” (uma peça para cada tipo de mídia), ou que deixar de comprovar a veiculação em pelo menos um veículo, receberá pontuação zero no quesito “Repertório”.

a.2) O resultado deste quesito será obtido pela soma da média aritmética da pontuação atribuída a cada peça publicitária (análise técnica) à pontuação alcançada no quantitativo de peças apresentadas.

b) Avaliação do Subitem 6.1.2. – alínea “b” (Equipe técnica) – **Quantificação, qualificação e tempo de experiência profissional da equipe técnica** (limitado a 20 pontos).

b.1) Quantificação e qualificação: O número de profissionais atuantes na área compatível à prestação do serviço licitado disponibilizados para atender as exigências desta alínea “b” (limitado a 15 pontos):

| <b>Ponto/Formação Profissional</b>              | <b>Nº máximo de Profissionais</b> |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------|
| 1 (um) ponto por técnico de nível médio         | 03 (quatro);                      |
| 2 (dois) pontos por técnico de nível superior   | 02 (dois);                        |
| 4 (quatro) pontos por técnico com pós-graduação | 02 (dois).                        |

b.1.1) O eventual excedente de técnicos em cada nível de formação profissional terá a pontuação atribuída para os níveis seguintes, sucessivamente, do maior para o menor nível, observados os limites máximos de profissionais estabelecidos na alínea c.1. Se da operação sobrevier, ainda, excedente no menor nível de formação, este será desconsiderado para efeito de pontuação no quesito.

b.1.2) Não serão pontuados os documentos/títulos que não guardem pertinência temática com a área objeto da licitação.

b.2) Tempo de experiência profissional: Contagem do tempo de exercício profissional de cada integrante da equipe, dentre os que pontuaram, conforme a alínea “b.1. (limitado a 05 pontos).

b.2.1) O resultado desta pontuação será obtido pela média aritmética dos pontos, através

da soma da pontuação de cada profissional dividida pelo número de profissionais apresentados.

| <b>Tempo de Exercício</b> | <b>Nº de Pontos</b> |
|---------------------------|---------------------|
| Até 3 anos                | 2 pontos            |
| 3 a 8 anos                | 3 pontos            |
| acima de 8 anos           | 5 pontos            |

c) Avaliação do Subitem 6.1.2, alíneas “c”, “d” e “e” – **Sistemática de atendimento, Estrutura e Informações adicionais** (limitado a 10 pontos):

| <b>Quesito</b>             | <b>Nº de Pontos</b> |
|----------------------------|---------------------|
| Sistemática de atendimento | 04 pontos           |
| Estrutura                  | 04 pontos           |
| Informações adicionais     | 02 pontos           |

c.2) A subcomissão técnica levará em consideração os critérios definidos no item 9.1.6.3.2, alíneas “c”, “d” e “e”, respectivamente.

#### 9.1.7 – NOTA DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1.7.1 – A Nota Técnica - NT de cada licitante será calculada com base na somatória das notas dos subitens 9.1.6.4.1 e 9.1.6.4.2., alíneas “a” à “ c”, tendo como nota máxima 100 (cem) pontos.

9.1.7.2 – Serão desclassificados os licitantes que obtiverem Nota Técnica - NT inferior a 70 (setenta) pontos.

9.1.6.7. As Licitantes serão classificadas em ordem decrescente, de acordo com as Notas Técnicas alcançadas.

9.1.7.2.1 – Será desclassificada a proposta técnica que:

- a) Não atender às exigências contidas neste Edital;
- b) Na avaliação final obtiver nota técnica inferior a 70 (setenta) pontos;
- c) Obter pontuação 0 (zero) em qualquer um dos quesitos avaliados.

9.1.7.2.1.1. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 da Lei Federal nº 12.232/10, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º de referida Lei.

#### 9.1.8 – ANÁLISE PRELIMINAR DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

9.1.8.1 – As propostas de preços dos licitantes qualificados tecnicamente serão analisadas de acordo com os arts. 46 e 48 da Lei Federal nº 8666/93, devendo ser avaliadas e valorizadas de acordo com os critérios objetivos estabelecidos a seguir:

9.1.8.1.1 – Será considerada a melhor Proposta de Preços aquela que obtiver maior pontuação, mediante a somatória e média das notas atribuídas conforme segue:

a) Subitem 7.1.1.3

|                                                 |            |
|-------------------------------------------------|------------|
| Maior percentual de desconto proposto:          | 100 pontos |
| Segundo maior percentual de desconto proposto:  | 90 pontos  |
| Terceiro maior percentual de desconto proposto: | 80 pontos  |
| Quarto maior percentual de desconto proposto:   | 70 pontos  |
| Quinto maior percentual de desconto proposto:   | 60 pontos  |
| Sexto maior percentual de desconto proposto:    | 50 pontos  |
| Sétimo maior percentual de desconto proposto:   | 40 pontos  |
| Oitavo maior percentual de desconto proposto:   | 30 pontos  |
| Nono maior percentual de desconto proposto:     | 20 pontos  |
| Demais percentuais de desconto propostos:       | 10 pontos  |

a.1) A pontuação do subitem 7.1.1.3 será obtida mediante a somatória e média das notas atribuídas a cada bloco de custos internos (1 a 15) do Anexo I:

b) Subitem 7.1.1.4

|                                                   |            |
|---------------------------------------------------|------------|
| Maior percentual de honorários proposto:          | 100 pontos |
| Segundo maior percentual de honorários proposto:  | 90 pontos  |
| Terceiro maior percentual de honorários proposto: | 80 pontos  |
| Quarto maior percentual de honorários proposto:   | 70 pontos  |
| Quinto maior percentual de honorários proposto:   | 60 pontos  |
| Sexto maior percentual de honorários proposto:    | 50 pontos  |
| Sétimo maior percentual de honorários proposto:   | 40 pontos  |
| Oitavo maior percentual de honorários proposto:   | 30 pontos  |
| Nono maior percentual de honorários proposto:     | 20 pontos  |
| Demais percentuais de honorários propostos:       | 10 pontos  |

c) Subitem 7.1.1.5

|                                                   |            |
|---------------------------------------------------|------------|
| Maior percentual de honorários proposto:          | 100 pontos |
| Segundo maior percentual de honorários proposto:  | 90 pontos  |
| Terceiro maior percentual de honorários proposto: | 80 pontos  |
| Quarto maior percentual de honorários proposto:   | 70 pontos  |
| Quinto maior percentual de honorários proposto:   | 60 pontos  |
| Sexto maior percentual de honorários proposto:    | 50 pontos  |
| Sétimo maior percentual de honorários proposto:   | 40 pontos  |
| Oitavo maior percentual de honorários proposto:   | 30 pontos  |
| Nono maior percentual de honorários proposto:     | 20 pontos  |
| Demais percentuais de honorários propostos:       | 10 pontos  |

d) Subitem 7.1.1.6

|                                                   |            |
|---------------------------------------------------|------------|
| Maior percentual de honorários proposto:          | 100 pontos |
| Segundo maior percentual de honorários proposto:  | 90 pontos  |
| Terceiro maior percentual de honorários proposto: | 80 pontos  |
| Quarto maior percentual de honorários proposto:   | 70 pontos  |
| Quinto maior percentual de honorários proposto:   | 60 pontos  |
| Sexto maior percentual de honorários proposto:    | 50 pontos  |
| Sétimo maior percentual de honorários proposto:   | 40 pontos  |
| Oitavo maior percentual de honorários proposto:   | 30 pontos  |
| Nono maior percentual de honorários proposto:     | 20 pontos  |

Demais percentuais de honorários propostos: 10 pontos

e) Subitem 7.1.1.7

|                                                   |            |
|---------------------------------------------------|------------|
| Maior percentual de honorários proposto:          | 100 pontos |
| Segundo maior percentual de honorários proposto:  | 90 pontos  |
| Terceiro maior percentual de honorários proposto: | 80 pontos  |
| Quarto maior percentual de honorários proposto:   | 70 pontos  |
| Quinto maior percentual de honorários proposto:   | 60 pontos  |
| Sexto maior percentual de honorários proposto:    | 50 pontos  |
| Sétimo maior percentual de honorários proposto:   | 40 pontos  |
| Oitavo maior percentual de honorários proposto:   | 30 pontos  |
| Nono maior percentual de honorários proposto:     | 20 pontos  |
| Demais percentuais de honorários propostos:       | 10 pontos  |

f) Subitem 7.1.1.8

|                                                   |            |
|---------------------------------------------------|------------|
| Maior percentual de honorários proposto:          | 100 pontos |
| Segundo maior percentual de honorários proposto:  | 90 pontos  |
| Terceiro maior percentual de honorários proposto: | 80 pontos  |
| Quarto maior percentual de honorários proposto:   | 70 pontos  |
| Quinto maior percentual de honorários proposto:   | 60 pontos  |
| Sexto maior percentual de honorários proposto:    | 50 pontos  |
| Sétimo maior percentual de honorários proposto:   | 40 pontos  |
| Oitavo maior percentual de honorários proposto:   | 30 pontos  |
| Nono maior percentual de honorários proposto:     | 20 pontos  |
| Demais percentuais de honorários propostos:       | 10 pontos  |

Onde:

$$Np = \frac{(7.1.1.3) + (7.1.1.4) + (7.1.1.5) + (7.1.1.6) + (7.1.1.7) + (7.1.1.8)}{6}$$

NP = Nota da Proposta de Preços

$(7.1.1.3) + (7.1.1.4) + (7.1.1.5) + (7.1.1.6) + (7.1.1.7) + (7.1.1.8)$  = somatória de pontos obtidos em cada subitem

6 = valor de divisão para obtenção da média (número total de subitens)

#### 9.1.9 – AVALIAÇÃO FINAL

9.1.9.1 – O critério de julgamento final será o de apuração da média ponderada, correspondendo às propostas técnicas o peso 6 (seis) e às propostas de preço o peso 4 (quatro), sendo declarado vencedor o licitante que obtiver a maior média final, nos termos do art. 46, § 2º, inciso II da Lei nº 8.666/93. A avaliação final é obtida através da seguinte fórmula:

$$NF = \frac{(NT \times 6) + (NP \times 4)}{2}$$

onde:

NF = Nota final da licitante

NT = Nota técnica da licitante

NP = Nota de Preço da licitante

2 = Fator de divisão para obtenção da média

9.1.9.2 – No caso de empate entre duas ou mais propostas e depois de obedecido o disposto no § 2º do Art. 3º da Lei Federal nº 8666/93, a classificação se fará obrigatoriamente por sorteio, em ato público, para o qual os licitantes serão convocados, conforme § 2º, do art. 45 do mesmo diploma legal.

9.1.9.3 – Ocorrendo o empate previsto no art. 44 da Lei Complementar nº 123/06, ou seja, quando o desclassificado for empresa de pequeno porte ou microempresa e a proposta do mesmo for igual ou até 10% (dez por cento) superior à proposta mais bem classificada (1º), a empresa de pequeno porte ou microempresa poderá apresentar proposta de preço inferior e, sendo a nova nota final superior à nota da então melhor classificada no certame, o objeto licitado será adjudicado em favor da microempresa ou empresa de pequeno porte;

9.1.9.3.1 – Não ocorrendo a contratação da microempresa ou empresa de pequeno porte na hipótese acima prevista, serão convocadas as microempresas e empresas de pequeno porte remanescentes com propostas de valor igual ou até 10% (dez por cento) superior à proposta mais bem classificada (1º) na ordem classificatória, para o exercício do mesmo direito;

9.1.9.3.2 – No caso de equivalência dos valores apresentados pelas microempresas e empresas de pequeno porte que se encontrem no intervalo de até 10% (dez por cento) superior à proposta mais bem classificada, será realizado sorteio entre elas para definição daquela que primeiro poderá apresentar melhor oferta;

9.1.9.3.3 – Na hipótese de não contratação nos termos previstos neste subitem, o objeto licitado será adjudicado em favor da proposta originalmente vencedora do certame;

9.1.9.3.4 – O disposto neste item somente se aplicará quando a melhor oferta inicial não tiver sido apresentada por microempresa ou empresa de pequeno porte;

9.1.9.3.5 – A nova proposta deverá ser apresentada, em original ou cópia autenticada, por escrito e devidamente assinada, no prazo de 08 (oito) dias úteis, a contar da intimação para apresentação da mesma, sob pena de preclusão.

9.1.10 – Esgotada essa fase, o processo será remetido à Presidência do Tribunal de Justiça, que, concordando com a classificação, homologará seu resultado.

## **10.0. DO CONTRATO**

### **10.1 – O CONTRATANTE obriga-se a:**

10.1.1 – Propiciar todas as facilidades indispensáveis à boa execução do fornecimento dos serviços objeto deste ajuste, inclusive permitir o livre acesso dos responsáveis da CONTRATADA às dependências da CONTRATANTE, desde que devidamente identificados.

10.1.2 – Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

10.1.3 – Atestar a execução do objeto do presente ajuste por meio do GESTOR DO CONTRATO.

10.1.4 – Efetuar o pagamento à CONTRATADA de acordo com as condições de preço e prazos estabelecidos no contrato.

10.1.5 – Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA, por escrito, sobre irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

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

10.1.7 – Aplicar as penalidades por descumprimento do contrato.

10.2 – A CONTRATADA obriga-se a:

10.2.1 – Executar o contrato em estrita conformidade com as especificações e com os termos nele previstos.

10.2.2 – Realizar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante contratação de terceiros, todos os serviços relacionados com o objeto do contrato, de acordo com as especificações estipuladas e/ou aprovadas pelo Contratante.

10.2.3 – Garantir as condições avençadas no contrato, sempre que, a seu critério, venha a utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outras localidades para serviços de criação, produção e outros, complementares ou acessórios, que se fizerem necessários.

10.2.4 – Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento (proposta técnica) na execução dos serviços objeto do contrato, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente comunicado e aprovado pelo Contratante.

10.2.5 – Dar assistência à Diretoria de Comunicação Social do TJ/AL no que pertine ao objeto do contrato, sempre que solicitada.

10.2.6 – Executar, fielmente o plano de ação, conforme informações e instrumentos de comunicação e marketing colocados à disposição do Contratante, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

10.2.7 – Obter aprovação prévia do Contratante, por escrito ou mediante comunicação por e-mail funcional, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra despesa contemplada no objeto do Contrato.

10.2.8 – Submeter toda e qualquer contratação de terceiros, abrangida pelo objeto do Contrato, à prévia anuência do Contratante, por meio do GESTOR DO CONTRATO.

10.2.9 – Submeter à prévia apreciação do GESTOR DO CONTRATO a(s) peça(s) publicitária(s), planos de mídia e autorizações de veiculação destinadas aos veículos.

10.2.10 – Submeter à prévia apreciação do Contratante, por meio do GESTOR DO CONTRATO, para fins de aprovação ou rejeição, planos, textos, apresentações visuais (layout) e artes finais, mensagens, roteiros, planos de mídia, autorizações de produção e veiculação e todo o conjunto de informações pertinentes às ações e campanhas publicitárias, como custos, períodos e veículos a serem utilizados. Todo material ou campanha deve ser apresentado ainda na fase de planejamento para que seja examinado sob o aspecto técnico-publicitário, pela Diretoria de Comunicação Social do Tribunal de Justiça de Alagoas.

10.2.11 – Fazer veicular a(s) peça(s) publicitária(s) nas datas estabelecidas no plano de mídia aprovado GESTOR DO CONTRATO.

10.1.12 – Produzir e entregar ao GESTOR DO CONTRATO uma cópias impressas e em mídia digital de todas as peças publicitárias aprovadas.

10.2.13 – Responsabilizar-se integralmente pelos custos de produção e/ou veiculação das peça(s) publicitária(s).

10.2.14 – Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo Contratante. Em caso de segunda tiragem, este pode optar pela contratação junto a terceiros, sob sua própria orientação.

10.2.15 – Apresentar ao GESTOR DO CONTRATO pelo menos três orçamentos obtidos junto a pessoas físicas ou jurídicas que atuem no mercado do ramo de fornecimento pretendido e que estejam previamente cadastradas pelo Administração para fornecimento de bens e serviços

especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato.

10.2.16 – Proceder à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da Administração, sempre que o fornecimento de bens e serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, dispensando-se tal procedimento se os serviços tiverem valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea *a* do inciso II do art. 23 da Lei 8.666/93.

10.2.17 – Realizar a apropriação de custos de toda e qualquer despesa, seja de veiculação, seja de produção, e, no tocante a esta última, tanto interna quanto externa, e encaminhar à aprovação do Contratante.

10.2.18 – Conter a apropriação de custos dentro dos parâmetros estabelecidos na proposta técnica e de preços, aprovadas na Licitação, demonstrados, em anexo, os preços da média de mercado, incluindo tabelas vigentes à época, conforme espécie de trabalho a ser prestado, bem como a efetiva incidência dos descontos negociados em favor do Contratante, dentro do critério da melhor relação custo/benefício.

10.2.19 – Transferir integralmente ao Contratante todas as vantagens derivadas de negociação de preços e de condições de pagamento, inclusive especiais, com fornecedores e com veículos e, quanto a estes, sob forma de descontos e/ou bonificações ou reaplicações. Tais descontos deverão constar das respectivas apropriações encaminhadas ao Contratante para aprovação.

10.2.20 – Buscar sempre as melhores condições de preços para os direitos autorais de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do Contratante.

10.2.21 – Apresentar ao GESTOR DO CONTRATO, inclusive para fins de liberação do pagamento, notas fiscais de todos os serviços tomados pela agência junto a terceiros, nas etapas de produção e veiculação, para a fiel execução do contrato, devendo, em caso de veiculação, as notas fiscais dos veículos ser faturadas contra o Tribunal de Justiça de Alagoas aos cuidados da Agência, que repassará a esses veículos o valor líquido, deduzido o “desconto padrão de agência”, a teor do que dispõe o Art. 15 do Decreto 57.690/66, regulamentador da Lei 4.680/65, e do item 2.4 das Normas Padrão da Atividade Publicitária.

10.2.22 – Apresentar especificamente, para pagamento de despesas com veiculação, demonstrativo do valor devido ao veículo, sua tabela de preços, descrição de descontos negociados, pedidos de inserção correspondentes, bem como relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente.

10.2.23 – Entregar à Contratante, por meio do GESTOR DO CONTRATO, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório detalhado das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, contendo informações relevantes sobre o estágio dos serviços, conforme orientações prestadas pelo Contratante.

10.2.24 – Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativas de custos e que redundem em aumento de despesas ou perdas de descontos para o Contratante.

10.2.25 – manter durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo probatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

10.2.26 – Não divulgar informações acerca da prestação de serviços, objeto do Contrato, que envolva o nome do Contratante, exceto em casos de prévia expressa autorização.

10.2.27 – Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do Contratante. A infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata do contrato e sujeitará



a Contratada às penas da Lei nº 9.279/96 e às indenizações por perdas e danos previstas na legislação ordinária.

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

10.2.29 – Responder por qualquer ação judicial ou medida extrajudicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direito de propriedades ou direitos autorais, relacionados com os serviços objeto do contrato.

10.2.30 – Sujeitar-se às orientações do GESTOR DO CONTRATO, que poderá discutir os valores de produção e veiculação de peças publicitárias, procurando garantir o menor preço.

10.2.31 – Autorizar diretamente a execução da publicidade (veiculação e, inclusive, sua produção por terceiros, se for o caso).

10.2.32 – Responder, integralmente, pelos danos causados diretamente à Administração ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento empreendidos pelo CONTRATANTE.

10.2.33 – Fornecer serviços de boa qualidade.

10.2.34 – Submeter-se à auditoria do Poder Judiciário sobre assuntos relativos ao objeto desta licitação, mediante aviso prévio de 05 (cinco) dias.

10.2.35 – Comprovar, a qualquer momento, o pagamento dos tributos que incidirem sobre a execução dos serviços prestados.

10.2.36 – Responsabilizar-se integralmente pelos encargos trabalhistas, previdenciários, securitários, fiscais, comerciais e de responsabilidade civil decorrentes da execução do contrato.

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

10.2.38 – Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros para cumprimento do objeto desta contratação, bem como responder por todos os efeitos daqueles contratos perante terceiros e o próprio Contratante.

10.2.39 – Exigir de terceiros, no que couber, em caso de subcontratação para execução parcial de serviços estipulados no contrato, as mesmas condições originárias do presente instrumento.

10.2.40 – Adotar as providências necessárias para que qualquer serviço, inclusive o de veiculação, considerado não-aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado às suas expensas, e nos prazos estipulados pelo CONTRATANTE, por meio do GESTOR DO CONTRATO.

10.2.41 – Aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, nos termos do art. 65, §1º, da Lei nº 8.666/93.

10.2.42 – Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de idoneidade exigidas nesta licitação, além de sujeitar-se a outras obrigações previstas no Código de Proteção e Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90) que sejam compatíveis com o regime de Direito Público.

### 10.3 – DA GESTÃO DO CONTRATO:

10.3.1 – A execução das obrigações contratuais decorrentes deste projeto básico será

fiscalizada pelo GESTOR DO CONTRATO, com autoridade para exercer, como representante da Administração do Poder Judiciário de Alagoas, toda e qualquer ação de orientação geral, acompanhamento e fiscalização da execução contratual.

10.3.2 – Ao GESTOR DO CONTRATO compete, entre outras atribuições:

- a) solicitar à Contratada a realização dos serviços mediante apresentação de *briefing*, no qual constarão todas as informações e orientações necessárias à produção da(s) peça(s) publicitária(s);
- b) analisar e aprovar as peças publicitárias e os planos de mídia (veiculação) apresentados pela Contratada, apontando eventuais modificações;
- c) realizar, sempre que julgar necessário, cotação de preços para efetivação da publicidade, utilizando-a como parâmetro para que a agência realize a contratação;
- d) indicar a data em que deverá(ão) ser veiculada(s) a(s) peça(s) publicitária(s);
- e) fiscalizar a execução do contrato, objetivando garantir a qualidade desejada;
- f) Solicitar e/ou sugerir à Administração a aplicação de penalidades, por descumprimento de cláusula contratual ou editalícia;
- g) solicitar à CONTRATADA e a seus prepostos, ou obter da Administração, tempestivamente, todas as providências necessárias ao bom andamento do presente fornecimento;
- h) fornecer atestado de capacidade técnica quando solicitado, desde que atendidas as obrigações contratuais;
- i) atestar e encaminhar notas fiscais ao setor competente para autorizar pagamentos, indicando eventuais ocorrências;
- j) fiscalizar para que sejam mantidas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação;

10.3.3 – A não-aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do CONTRATANTE, subscrita pelo GESTOR DO CONTRATO.

10.3.4 – A ação da fiscalização não exonera a CONTRATADA de suas responsabilidades contratuais.

#### 10.4 – DOS DIREITOS AUTORAIS

10.4.1 – A CONTRATADA cede ao CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análise e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do Contrato.

10.4.1.1 – O valor desta cessão é considerado incluso nas modalidades de remuneração previstas no Contrato.

10.4.1.2 – O CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA.

10.4.1.3 – Em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, a CONTRATADA solicitará de cada titular do direito dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a CONTRATANTE escolha uma das opções.

10.4.1.4 – Nos casos de cessão por tempo limitado, a CONTRATADA condicionará a contratação do serviço por período mínimo de 03 (três) meses e utilizará os trabalhos os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexões dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.

10.4.1.5 – Quando a CONTRATANTE optar pela execução dos serviços com cessão total e definitiva, a CONTRATADA se compromete a fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e companhias e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:

a) explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, arranjo, execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados;

b) estabeleçam que o CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após o seu término ou, ainda eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

10.4.1.6 – Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão, definitiva ou por tempo limitado, será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

10.4.1.7 – A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, que todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão de demais direitos.

10.4.1.8 – A critério da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes da estrutura do Poderes, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA.

10.4.1.9 – A seu critério, a CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes dos Poderes. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo com os eventuais detentores dos direitos das peças.

## **11.0. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**

11.1 – Imediatamente após o recebimento da nota fiscal, devidamente atestada pelo GESTOR DO CONTRATO, o órgão recebedor adotará as providências para pagamento, em moeda corrente nacional, o qual deverá ser efetuado em até 10 (dez) dias úteis mediante a apresentação da seguinte documentação:

- a) Nota Fiscal/fatura discriminativa, em via única, devidamente atestada pelo GESTOR DO CONTRATO;
- b) Cópia da(s) publicação(ões) realizada(s);
- c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais, expedida pela Receita Federal do Brasil.
- d) CND – Certidão Negativa de Débitos para com a Previdência Social;
- e) CRF – Certificado de Regularidade de FGTS, expedido pela Caixa Econômica Federal.
- f) CND – Certidão Negativa de Débitos para com a Fazenda Municipal;

11.2 – A apresentação de nota fiscal/fatura com incorreções ou desacompanhada da documentação requerida nas demais alíneas do item 8.1, implicará a sua devolução à CONTRATADA para

regularização, devendo o prazo de pagamento ser contado a partir da data de sua reapresentação.

11.3 – Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a CONTRATADA não tenha concorrido de alguma forma para tanto, fica convencionado que a taxa de compensação financeira devida pela Administração do Poder Judiciário de Alagoas, entre a data de pagamento prevista para o pagamento e o efetivo adimplemento da parcela, será aquela resultante da aplicação da seguinte fórmula:

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

Onde:

EM = Encargos moratórios;

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

VP = Valor da parcela a ser paga;

I = Índice de atualização financeira = 0,00016438, assim apurado:

$$I = TX \quad I = \frac{(6/100)}{365} \quad I = 0,00016438$$

TX = Percentual da taxa anual = 6%

11.4 – Poderá ser deduzida do valor da Nota Fiscal de Serviços/Fatura, multa imposta pela Administração, se for o caso.

11.5 – O aceite/aprovação do material pelo órgão licitante não exclui a responsabilidade civil do fornecedor por vícios de quantidade ou qualidade do material ou disparidades com as especificações estabelecidas no Edital, verificadas, posteriormente, garantindo-se ao órgão licitante as faculdades previstas no art. 18 da Lei 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor).

11.6 – Considera-se, para efeito de pagamento, o dia em que o Banco efetivar o crédito na conta corrente do Fornecedor.

11.7 – Os serviços relativos à veiculação serão pagos no prazo de até 10 (dez) dias úteis contados da data de apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços e respectivos comprovantes de veiculação, devendo as notas fiscais dos veículos ser faturadas contra o Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas aos cuidados da agência CONTRATADA, que repassará a esses veículos o valor líquido, deduzido o “desconto padrão de agência”, a teor do que dispõe o Art. 15 do Decreto 57.690/66, regulamentador da Lei 4.680/65, e do item 2.4 das Normas Padrão da Atividade Publicitária, observadas ainda as seguintes providências:

- a) Apresentação de comprovantes de exibição/irradiação das peças veiculadas em rádio e televisão, respectivamente;
- b) Apresentação da página inteira, no original, de cada cada jornal/revista, com respectivas publicações e datas.

11.8 – Os serviços relativos à serviços especializados tomados junto a terceiros serão pagos em até 10 (dez) dias úteis contatos da efetiva data de apresentação dos documentos de cobrança, na forma e prazos, à época, solicitados pelo CONTRATANTE, condicionados à apresentação dos documentos de cobrança comprobatórios de despesas e respectivos comprovantes.

11.9 – A CONTRATADA deverá, em até 10 (dez) dias úteis da realização de qualquer pagamento pelo CONTRATANTE, que envolva repasse à terceiro emitente de faturamento, a seus cuidados,

contra o CONTRATANTE, apresentar documentação de plena quitação da referida cobrança. O não-cumprimento de tal dispositivo ensejará a retenção, pelo CONTRATANTE, de todos os demais pagamentos até a regularização da pendência.

## **12.0. DAS PENALIDADES**

12.1 – Ocorrendo descumprimento das obrigações do Contrato por parte da CONTRATADA, sujeitar-se-á esta às seguintes penalidades:

- a) Advertência;
- b) Multa – a CONTRATADA que deixar de cumprir as obrigações assumidas fica sujeita de multa de 2% (dois por cento) do valor total da proposta apresentada, ao dia, percentual esse que será descontado do montante devido por este Tribunal à CONTRATADA, ou cobrado judicialmente;
- c) Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total do fornecimento se o atraso for superior a 15 (quinze) dias contados da data da entrega dos serviços, sem causa justificada, ou se a causa alegada não for aceita pela CONTRATANTE. A justa causa não impede a aplicação da multa mas sim a rescisão do contrato, exceto quanto à rescisão, se a CONTRATANTE entender oportuno e conveniente rescindir o contrato, o que ocorrerá sem prejuízo da multa. Rescindida a avença, poderá o CONTRATANTE optar pela convocação da segunda licitante classificada, para atender ao objeto deste contrato, em igual prazo e nas mesmas condições propostas pela CONTRATADA, inclusive quanto aos preços;
- d) Suspensão temporária de participação e impedimento de contratar com a Administração, por prazo de até 02 (dois) anos.

12.2 – Se o valor da multa ou indenização devida não for recolhido, será automaticamente descontado da primeira parcela de preço a que a contratada vier a fazer jus, acrescido de juros moratórios de 1% (um por cento) ao mês, ou, quando for o caso, cobrado judicialmente.

12.3 – Após a aplicação de quaisquer penalidades acima previstas, realizar-se-á comunicação escrita à empresa, e publicação no Órgão de Imprensa Oficial (excluídas as penalidades de advertência e multa de mora), constando o fundamento legal da punição.

12.3 – Além do disposto no Edital, nos seus anexos e neste instrumento, a CONTRATADA declara conhecer e sujeitar-se às disposições previstas nos arts. 77 a 80 da Lei Federal nº 8.666/93.

## **13.0. DA VIGÊNCIA**

13.1 - O prazo de vigência do contrato será de até 12 (doze) meses, contatos a partir da assinatura do ajuste, podendo haver prorrogação por iguais e sucessivos períodos, nos termo do artigo 57, Inciso II da Lei 8.666/93, a exclusivo critério da Administração.

## **14.0. DO DIREITO DE RECURSOS**

14.1. Das decisões da Comissão caberão recursos dirigidos ao Presidente deste Tribunal, nos termos do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, nos casos de:

- a) habilitação ou inabilitação da empresa licitante;
- b) julgamento das propostas; ou
- c) anulação ou revogação da licitação.

**14.1.1.** Os recursos previstos nas alíneas “a” e “b” do subitem 15.1 terão efeito suspensivo.

**14.1.2.** O Recurso, devidamente fundamentado, deverá ser dirigido à Excelentíssima Desembargadora Presidente deste Tribunal, por intermédio da Comissão, e protocolado no Setor de Protocolo Administrativo do Anexo I ao Edifício Sede, situado na Praça Marechal Deodoro da Fonseca, 319, Centro, Maceió – AL, em horário normal de expediente da repartição.

**14.1.3.** Recebido o Recurso, o presidente da Comissão comunicará às demais empresas licitantes para, querendo, impugná-lo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

**14.1.4.** Expirado o prazo para impugnação, com ou sem a manifestação das demais empresas licitantes, a Comissão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, procederá à análise do Recurso, podendo reconsiderar sua decisão ou submetê-lo, devidamente informado, à autoridade competente deste Tribunal, que o julgará no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

## **15.0. DA DESPESA**

15.1. As despesas decorrentes da execução deste contrato correrão à conta da dotação orçamentária nº 02.122.0003.2211.0000 – Manutenção dos órgãos do Poder Judiciário; PTRES- 20003; PI – 1601; Elemento de despesa: 3390-39 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica.

## **16.0. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS**

16.1. Nenhuma indenização será devida às empresas licitantes pela elaboração de proposta ou apresentação de documentos relativos a esta licitação, bem como pela sua revogação ou anulação, ressalvado o disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei nº 8.666/93.

16.2. Das sessões serão lavradas atas com a relação das empresas licitantes e todas as ocorrências que interessarem ao certame. Essas atas serão assinadas pelos membros da Comissão e representantes das licitantes presentes e serão comunicadas no local da reunião.

16.3. Em nenhuma hipótese poderá ser alterado o conteúdo das propostas apresentadas, ressalvada apenas a alteração destinada a sanar evidentes erros formais, depois de avaliadas pela Comissão.

16.4. O resultado desta licitação será homologado após o transcurso do prazo recursal ou depois da decisão dos recursos eventualmente interpostos ou, ainda, após renúncia expressa de todas as licitantes ao direito de os apresentar.

16.5. Ocorrendo a hipótese de não cumprimento do disposto no art. 64, § 2º da Lei nº 8.666/93, o Contratante reserva-se o direito de convocar as empresas licitantes remanescentes, obedecidas a ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pela primeira classificada, inclusive quanto ao preço, devidamente atualizado, podendo, ainda, revogar a licitação, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/93.

16.6. A Comissão ou autoridade superior, poderá, promover diligências destinadas a elucidar ou a complementar a instrução do processo, em qualquer fase da licitação, fixando prazos para atendimento.

16.7. Os casos omissos, bem como as dúvidas suscitadas serão resolvidas pela Comissão que se valerá da Lei 8.666/93 e suas alterações, bem assim da legislação aplicável à espécie.

16.8. O Foro para solucionar os litígios decorrentes desta licitação é o da cidade de Maceió, Estado de Alagoas.

Maceió-AL, 09 de março de 2012.

Paulo César Duarte Cavalcante  
**Presidente CPL**



**DEPARTAMENTO CENTRAL DE AQUISIÇÕES**

**ANEXO I**

**CUSTOS INTERNOS (CRIAÇÃO), CONFORME TABELA REFERENCIAL – ABAP/AL – EDIÇÃO 2011.**

| 1. ANÚNCIO JORNAL                        | Total        |
|------------------------------------------|--------------|
| Menor ou igual a $\frac{1}{4}$ de página | R\$ 590,00   |
| Até $\frac{1}{3}$ de página              | R\$ 750,00   |
| Até $\frac{1}{2}$ página                 | R\$ 1.080,00 |
| Até $\frac{2}{3}$ de página              | R\$ 1.495,00 |
| Até 1 página                             | R\$ 1.720,00 |
| Até página dupla                         | R\$ 2.840,00 |

| 2. ANÚNCIO REVISTA       | Total        |
|--------------------------|--------------|
| Até $\frac{1}{2}$ página | R\$ 995,00   |
| Até 1 página             | R\$ 1.315,00 |
| Página Dupla             | R\$ 1.990,00 |

| 3. ANÚNCIO LEGAL         | Total        |
|--------------------------|--------------|
| Até $\frac{1}{4}$ página | R\$ 515,00   |
| Até $\frac{1}{2}$ página | R\$ 965,00   |
| Até 1 página             | R\$ 1.800,00 |
| Página Dupla             | R\$ 3.215,00 |

| 4. IMPRESSOS/FOLDERS*                      | Total        |
|--------------------------------------------|--------------|
| Capa de Agenda                             | R\$ 770,00   |
| Capa de CD/DVD                             | R\$ 1.540,00 |
| Capa de Relatório/ Caderno/Revista         | R\$ 1.935,00 |
| Catálogo (qualquer tamanho)/Encarte Varejo | R\$ 410,00   |

|                                                          |              |
|----------------------------------------------------------|--------------|
| Cinta para Jornal                                        | R\$ 995,00   |
| Encarte Jornal/Revista                                   | R\$ 1.325,00 |
| Folder com página igual ou maior que A4, até 8 páginas   | R\$ 580,00   |
| Folder com página igual ou maior que A4, acima 8 páginas | R\$ 510,00   |
| Folder com página menor que A4, até 8 páginas            | R\$ 510,00   |
| Folder com página menor que A4, acima 8 páginas          | R\$ 410,00   |
| Envelope/Caixa especial para folder                      | R\$ 1.325,00 |
| Folheto/Panflete/Volante (com página até tamanho A5)     | R\$ 365,00   |
| Folheto Técnico/Manual Técnico                           | R\$ 580,00   |
| Relatório – Diagramação                                  | R\$ 580,00   |
| *Preço por página                                        |              |

|                                                              |            |
|--------------------------------------------------------------|------------|
| 5. PAPELARIA                                                 | Total      |
| Bloco de Anotações (capa, 01 folha de miolo e capa do verso) | R\$ 385,00 |
| Envelope Pequeno                                             | R\$ 385,00 |
| Envelope Saco/Ofício                                         | R\$ 385,00 |
| Pasta                                                        | R\$ 755,00 |

|                                                                 |              |
|-----------------------------------------------------------------|--------------|
| 6. IDENTIDADE CORPORATIVA                                       | Total        |
| Marca                                                           | R\$ 4.060,00 |
| Marca + Papelaria básica                                        | R\$ 5.260,00 |
| Marca de Produto                                                | R\$ 4.060,00 |
| Reformulação de Marca                                           | R\$ 2.030,00 |
| Selo Comemorativo                                               | R\$ 825,00   |
| Manual de identidade visual (por página)                        | R\$ 295,00   |
| Slogan                                                          | R\$ 1.505,00 |
| Uniforme                                                        | R\$ 605,00   |
| Placas de sinalização para portas, estacionamento, etc. (unid.) | R\$ 70,00    |

|                                                |              |
|------------------------------------------------|--------------|
| 7. EMBALAGENS                                  | Total        |
| Embalagem de produto (caixa, saco, lata, etc.) | R\$ 3.290,00 |
| Rótulo                                         | R\$ 2.665,00 |



|                                  |              |
|----------------------------------|--------------|
| Reformulação/adaptação de Rótulo | R\$ 1.660,00 |
| Display para folder e produtos   | R\$ 1.975,00 |

|                                                                                                            |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 8. SPOT DE RÁDIO*                                                                                          | Total      |
| Spot 30"                                                                                                   | R\$ 480,00 |
| Spot 45"                                                                                                   | R\$ 645,00 |
| Spot 60"                                                                                                   | R\$ 845,00 |
| *Os custos de acompanhamento de produção, produtora, trilhas sonoras, cópias e cachês não estão incluídos. |            |

|                                                                                                                                     |              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 9. FONOGRAMA (Jingle/trilha)*                                                                                                       | Total        |
| Jingle Institucional 30"                                                                                                            | R\$ 1.270,00 |
| Jingle Institucional 45"                                                                                                            | R\$ 1.595,00 |
| Jingle Institucional 60"                                                                                                            | R\$ 1.895,00 |
| *Os custos incluem criação simples, com cópia em CD. Não estão incluídos os cachês de intérprete, arranjo, músicos e nem produtora. |              |

|                                                                                                                                                                                   |              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 10. VT*                                                                                                                                                                           | Total        |
| 30"                                                                                                                                                                               | R\$ 1.190,00 |
| 45"                                                                                                                                                                               | R\$ 1.580,00 |
| 60"                                                                                                                                                                               | R\$ 2.060,00 |
| *Custos de criação e acompanhamento de produção. Não estão incluídos produtora, edição, áudio, trilha, direção, artes, efeitos especiais, cópias, cachês e despesas operacionais. |              |

|                                                                                                                                                                         |              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 11. ASSINATURA*                                                                                                                                                         | Total p/seg. |
| Vinheta Eletrônica (storyboard e roteiro)                                                                                                                               | R\$ 155,00   |
| *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. |              |

|                                                                                                                                                                                                                                            |              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 12. AUDIOVISUAL/DOCUMENTÁRIO*                                                                                                                                                                                                              | Total p/min. |
| Qualquer segmento                                                                                                                                                                                                                          | R\$ 1.460,00 |
| *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. |              |

|                            |       |
|----------------------------|-------|
| 13. OUTDOOR/MÍDIA EXTERIOR | Total |
|----------------------------|-------|

|                                  |              |
|----------------------------------|--------------|
| Outdoor – cartaz Policromia      | R\$ 1.275,00 |
| Outdoor – cartaz traço           | R\$ 905,00   |
| Backbus                          | R\$ 1.275,00 |
| Lateral de ônibus                | R\$ 905,00   |
| Busdoor                          | R\$ 905,00   |
| Envelopamento de automóvel       | R\$ 1.275,00 |
| Painel frontal – Ponto de ônibus | R\$ 1.275,00 |
| Painel lateral – Ponto de ônibus | R\$ 865,00   |
| Lightdoor/Backlight/Frontlight   | R\$ 1.275,00 |
| Muro/Tapume                      | R\$ 1.805,00 |
| Postdoor/placa de esquina        | R\$ 410,00   |
| Balão promocional                | R\$ 285,00   |
| Relógio Digital                  | R\$ 905,00   |
| Placa/Painel sinalização         | R\$ 275,00   |
| Placa/Painel                     | R\$ 1.275,00 |
| Estandarte/Galhardete            | R\$ 275,00   |
| Faixa Avião                      | R\$ 275,00   |
| Faixa Rua                        | R\$ 275,00   |
| Empena de prédio                 | R\$ 1.275,00 |

|                                              |            |
|----------------------------------------------|------------|
| 14. MATERIAL PROMOCIONAL                     | Total      |
| Adesivo                                      | R\$ 320,00 |
| Adesivo de chão                              | R\$ 865,00 |
| Camisa                                       | R\$ 560,00 |
| Bandeira                                     | R\$ 320,00 |
| Bandeirola (frente e verso) / Móbile Simples | R\$ 450,00 |
| Móbile com facas especiais                   | R\$ 865,00 |
| Banner recorte                               | R\$ 430,00 |
| Banner Policromia                            | R\$ 865,00 |
| Boné/Chaveiro/Crachá/Caneta/Imã de geladeira | R\$ 225,00 |
| Broadside (por página)                       | R\$ 490,00 |
| Capa Carnê                                   | R\$ 180,00 |
| Cartão de Natal Padrão                       | R\$ 930,00 |
| Cartaz A3 ou maior                           | R\$ 905,00 |
| Cartaz p/ Varejo                             | R\$ 675,00 |
| Copo / Caneca                                | R\$ 385,00 |
| Cupom                                        | R\$ 360,00 |

|                       |            |
|-----------------------|------------|
| Diploma               | R\$ 675,00 |
| Display Balcão/Parede | R\$ 355,00 |
| Convite Padrão        | R\$ 455,00 |
| Calendário (p/página) | R\$ 275,00 |
| Inflável              | R\$ 430,00 |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 15. MÍDIA ELETRÔNICA E INTERNET*                                                                                                                                                                                                                                                                 | Total        |
| Banner – Formatos: Gif animado e Swf Animado                                                                                                                                                                                                                                                     | R\$ 525,00   |
| Banner Formato Especial – Formatos: Swf Interativo                                                                                                                                                                                                                                               | R\$ 905,00   |
| Website Corporativo – criação das interfaces, arquitetura de informação, conteúdo e finalização em html, css e javascript. Até 20 Páginas. A cada página extra, cobra-se 5% do valor total.                                                                                                      | R\$ 7.515,00 |
| 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. A cada página extra, cobra-se mais 5% do valor total. | R\$ 4.510,00 |
| Hotsite de evento e promocional – Até 05 Páginas. A cada página extra, cobra-se 5% do valor total.                                                                                                                                                                                               | R\$ 2.255,00 |
| Newsletter (mala-direta via e-mail)                                                                                                                                                                                                                                                              | R\$ 905,00   |
| *Valores não incluem produção fotográfica, ilustração e computação gráfica.                                                                                                                                                                                                                      |              |

## 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 unidades judiciárias do Estado.

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 TJ/AL (biênio 2011/2012) é conduzida pelos desembargadores Sebastião Costa Filho (presidente), Nelma Torres Padilha (vice-presidente) e James Magalhães de Medeiros (corregedor), tendo como principais ações e projetos a virtualização de processos, realização de concurso público para provimento de cargos no Judiciário e construção de novos fóruns nas comarcas do Interior.

Os projetos voltados ao aprimoramento e modernização da máquina judiciária são executados com recursos do Fundo Especial de Modernização do Judiciário – FUNJURIS.

Abaixo, apresentamos informações históricas e o detalhamento da temática (dados meramente ilustrativos) que subsidiará a elaboração do Plano de Comunicação Publicitária.

#### **BREVE HISTÓRICO DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA**

Após a Proclamação da República, no ano de 1889, a Constituição Estadual, promulgada em 11 de junho de 1891, previu a necessidade de criação da Corte de Justiça estadual. Mas foi apenas no ano seguinte – com a primeira Lei de Organização Judiciária da Justiça do Estado, estabelecida em 12 de maio de 1892 – que a Corte alagoana foi criada, recebendo o nome de Tribunal Superior. Em 18 de junho do mesmo ano, o então governador do Estado Gabino Bezouro nomeou pela ordem de antiguidade cinco juízes denominados de desembargadores.

Adalberto Elpídio de Albuquerque Figueiredo, Luiz Monteiro de Amorim Lima, Frederico Ferreira França, Manoel Fernando de Araújo Jorge e Tibúrcio Valeriano da Rocha Lins figuraram como os primeiros desembargadores a compor o Tribunal Superior do Estado, instalado provisoriamente, no dia 1º de julho de 1892, em uma das salas do Palácio do Governo, situado na atual Rua do Comércio, no Centro de Maceió. Na ocasião, o desembargador Tibúrcio Valeriano da Rocha Lins foi eleito presidente da Corte estadual. Por volta de 1895, a sede do Tribunal foi transferida para a Praça Marechal Deodoro, também localizada no Centro da Capital, passando a funcionar no prédio da primeira Escola Modelo, onde atualmente se encontra instalada a

Academia Alagoana de Letras.

Trinta anos após a criação da Justiça no Estado, diante da necessidade de se criar uma sede própria para a Corte estadual, foi inaugurado, na tarde de 6 de fevereiro de 1912, o novo prédio do Tribunal Superior. Projetada pelo arquiteto italiano Luigi Lucariny, a construção foi inspirada no estilo "Pseudo-Neoclássico".

Durante 54 anos, a Corte de Justiça alagoana recebeu diferentes nomes até ser conhecida pela denominação atual. Após ser instalada como Tribunal Superior, conforme previa a 1ª Constituição do Estado de Alagoas, a instituição recebeu novas denominações estabelecidas pela Constituição Federal. Em 1934, passou a se chamar Corte de Apelação e, três anos mais tarde, de Tribunal de Apelação. Finalmente, em 1946, recebeu o nome de Tribunal de Justiça de Alagoas, denominação vigente até os dias atuais.

As inovações relativas aos padrões sociais, culturais, políticos e econômicos do país da década de 50 também se refletiram na vida dos alagoanos, exigindo mudanças nas estruturas públicas. O ano era de 1959, governo de Muniz Falcão, quando pela última vez o Colegiado do Tribunal de Justiça foi aumentado de cinco para onze desembargadores. O presidente da Corte à época era o desembargador Edgar Valente de Lima, a quem coube dar posse aos noveis integrantes do Pleno.

Ao longo de 110 anos de fundação, completados em 2002, o Tribunal de Justiça de Alagoas figurara como uma Corte exclusivamente constituída por homens. Essa realidade ganhou novos contornos em 2002, com a ascensão da primeira mulher ao posto de desembargadora, Elisabeth Carvalho Nascimento.

Com o aumento da população alagoana e a necessidade de atender à crescente demanda judicial de forma efetiva e mais célere, a Lei Estadual nº 6.996/2008, publicada em 11 de novembro de 2008, ampliou em mais quatro vagas o Colegiado do Tribunal de Justiça, feito que não ocorria desde 1959, há portanto meio século.

Para fazer frente às transformações vivenciadas nos primeiros anos do século XXI, o Tribunal de Justiça expandiu novamente sua estrutura física, construindo ao lado do prédio histórico o Edifício "Desembargador Edgar Valente de Lima", nova sede do Poder Judiciário estadual.

## **II – TEMÁTICA PARA ELABORAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

### **VIRTUALIZAÇÃO DAS UNIDADES JUDICIÁRIAS**

A atual gestão do Tribunal de Justiça de Alagoas lançou, em abril de 2011, o programa de virtualização de processos nas varas da Justiça de primeiro grau, com o propósito de garantir maior agilidade ao trâmite processual com redução de custos e extinção de processos em papel. Implantada inicialmente nas varas da Fazenda Pública Estadual da Comarca da Capital, a virtualização já é realidade nas unidades judiciárias de Família, Sucessões e Fazenda Municipal, todas de Maceió, e na comarca de Maribondo, a primeira do país totalmente virtualizada. O projeto de virtualização deve contemplar todas as comarcas do interior até 2013.

Para efetivação do programa, o TJ/AL adquiriu, por meio de contrato com a empresa Softplan, detentora e fornecedora do Sistema de Automação do Judiciário (SAJ), uma solução completa e consolidada para expandir a modernização da Justiça estadual alagoana, com vistas à implantação do processo digital em todas as unidades judiciárias (varas, cartórios, gabinetes) (Primeiro e Segundo Graus). Trata-se de Sistema Virtual, com aplicação das tecnologias relacionadas ao processo digital – aceleração da velocidade do trâmite processual, redução de custos com a eliminação do "tempo morto" do processo (rotinas manuais tais como: autuar

processos, carimbar folhas, realizar carga de autos físicos, etc); valorização do ser humano do Poder Judiciário Alagoano, com a oferta de melhores condições de trabalho; de maior transparência, acessibilidade e de mais efetividade oferecidas à população; solução de gravação de audiências (áudio e vídeo); serviços de suporte técnico local; serviços de ensino a distância – *e-learning*; administração remota do ambiente operacional; suporte técnico e manutenção dos sistemas contratados e serviços “adicionais”; prestação de serviços técnicos de informática para licenciamento, adequações, treinamento e implantação.

O objetivo imediato do Projeto de Virtualização é que na Justiça de Alagoas passe a tramitar processos novos totalmente digitais, proporcionando assim a ampliação do acesso à justiça das diferentes camadas da população e reduzindo custos para a administração pública, permitindo ao judiciário prestar um atendimento de maior qualidade e transparência.

O sistema vem eliminando o uso do papel descontinuando os autos físicos e os tradicionais arquivos. Os novos processos estão sendo cadastrados e movimentados virtualmente no sistema, dispensando a papelada habitual. Os autos virtuais são formatados para a apresentação em monitor de vídeo no mesmo padrão de um processo judicial em papel e com todos os requisitos de autuação. Como diferencial, o processo digital evita extravios e ainda possibilita que várias pessoas acessem simultaneamente seus dados.

O sistema também permite a organização dos autos em fluxos e filas de trabalho que configurados de acordo com o rito processual, facilitam as operações em lote e delimitam o caminho do processo até a sentença, assim evitam-se diferenças procedimentais, erros involuntários e desvios em seu andamento. Todos os atos e documentos juntados ao processo, pelas partes ou pelo próprio juízo, têm sua autenticidade e validade jurídica garantidas por certificados digitais. Amparado na Tecnologia da Informação o Poder Judiciário do Estado de Alagoas passa a operar em um ambiente totalmente virtual, reafirmando seu comprometimento com a eficiência, celeridade e qualidade dos serviços.

### III – PROPOSTA

Seguindo as diretrizes estabelecidas pelo instrumento convocatório para confecção do plano de comunicação, a proposta consiste em estabelecer planos e estratégias de comunicação publicitária – com base no valor estabelecido no subitem 6.1.1.4 (R\$ 120.000,00) e nas especificações do objeto da contratação –, para atender e promover a ampla divulgação, por meio da execução de campanha de comunicação publicitária (interna e externa), visando, entre outras finalidades identificadas pela agência, a consecução dos seguintes objetivos:

- Dar amplo conhecimento à sociedade e a comunidade jurídica acerca das realizações e atividades do Poder Judiciário de Alagoas para virtualização completa de suas unidades.
- Recompôr a confiança da sociedade na atuação firme e célere do Poder Judiciário de Alagoas.
- Fortalecer a imagem do Poder Judiciário de Alagoas perante a sociedade;
- Aprimorar o relacionamento entre o Poder Judiciário de Alagoas e os veículos de comunicação;
- Contribuir para a melhoria do atendimento, aperfeiçoamento das rotinas e do relacionamento interno;
- Transmitir, no ambiente interno, as metas da administração com foco no projeto de virtualização, com o fito de preparar os quadros funcionais para compreender as mudanças e reformas necessárias.

- Contribuir para a criação, no âmbito interno, o clima favorável ao crescimento e à modernização da instituição, incentivando a colaboração e o engajamento de magistrados e servidores no processo de mudanças e reformas.

### ANEXO III

#### MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

A Empresa (, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº, neste ato representada por seu sócio gerente, (João da Silva), brasileiro, (casado), (empresário), DECLARA, que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

- a) Descrição detalhada do objeto, constando os serviços técnicos a serem realizados de forma discriminada.
- b) Proposta da agência quanto ao desconto, que será concedido ao Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas para cada bloco de custos internos (1 a 15) constantes do Anexo I, definidos com base na Tabela Referencial de Custos Internos da ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade – Alagoas, edição 2011:

|                                 |                  |                   |
|---------------------------------|------------------|-------------------|
| 1. ANÚNCIO JORNAL               | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 2. ANÚNCIO REVISTA              | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 3. ANÚNCIO LEGAL                | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 4. IMPRESSOS/FOLDERS            | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 5. PAPELARIA                    | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 6. IDENTIDADE CORPORATIVA       | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 7. EMBALAGENS                   | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 8. SPOT DE RÁDIO                | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 9. FONOGRAMA (Jingle/trilha)    | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 10. VT                          | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 11. ASSINATURA                  | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 12. AUDIOVISUAL/DOCUMENTÁRIO    | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 13. OUTDOOR/MÍDIA EXTERIOR      | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 14. MATERIAL PROMOCIONAL        | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 15. MÍDIA ELETRÔNICA E INTERNET | Desconto (____%) | (_____ por cento) |



- c) Percentual de honorários que cobrará sobre os custos comprovados de serviços especializados realizados por terceiros, de produção de peças e materiais cuja distribuição/veiculação **NÃO PROPORCIONE** o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação: \_\_\_\_% (\_\_\_\_\_ por cento).
- d) Percentual de honorários que cobrará sobre os custos comprovados de serviços especializados realizados por terceiros, de produção de peças e materiais cuja distribuição/veiculação **PROPORCIONE** o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação: \_\_\_\_% (\_\_\_\_\_ por cento).
- e) Percentual de honorários que cobrará sobre os custos comprovados de outros serviços especializados realizados por terceiros, com a efetiva intermediação da licitante, a fim de dar suporte aos demais serviços destinados atendimento das necessidades de comunicação do Tribunal de Justiça de Alagoas: \_\_\_\_% (\_\_\_\_\_ por cento).
- f) 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**: \_\_\_\_% (\_\_\_\_\_ por cento).
- g) Percentual máximo a ser pago pelo Tribunal de Justiça de Alagoas sobre o cachê original, a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz; sobre o valor original de cessão de uso de obras consagradas incorporadas as peças, aos detentores dos direitos patrimoniais de uso destas obras; bem como pela reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado: \_\_\_\_% (\_\_\_\_\_ por cento).
- h) A proponente estabelece o compromisso de obter, junto a terceiros fornecedores e veículos dos diversos meios existentes, os melhores descontos praticados no mercado, em cada ocasião, considerando-se investimentos de igual expressão e ainda a hipótese descrita na proposta técnica.
- i) A proponente assume o compromisso de cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso de ideais, peças, campanhas e demais materiais de publicidade, comunicação e marketing de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional, mesmo após a vigência do contrato, excluídos casos legislados pelo Direito Autoral.
- l) Prazo de validade da Proposta: mínimo de 60 (sessenta) dias
- k) Demais condições de acordo com o edital.

(LOCAL E DATA)  
Razão Social da empresa  
Sócio Administrador

#### ANEXO IV

MINUTA DE CONTRATO Nº \_\_\_\_/2011

CONTRATO DE \_\_\_\_\_, QUE ENTRE SI  
CELEBRAM O TRIBUNAL DE JUSTIÇA 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 Exma. Sr<sup>a</sup>. Presidente, Desembargador Presidente SEBASTIÃO COSTA FILHO, 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 03041-7.2011.001, e ainda o resultado do certame licitatório TOMADA DE PREÇOS nº 03/2011, pactuam o presente contrato, por preço global, cuja execução se regerá pela disciplina da Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993, e disposições subseqüentes e pelo disposto no Decreto Estadual nº 3.149, de 28 de abril de 1980, o que fazem na conformidade das cláusulas adiante estabelecidas.

#### DO OBJETO

**CLÁUSULA PRIMEIRA** – Contratação de 01 (uma) 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.

1.1 - O objeto da contratação inclui a execução das peças publicitárias previstas no Anexo I, definidas com base na Tabela Referencial de Custos Internos da ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade – Alagoas, edição 2011, e, como atividades complementares, os serviços especializados de:

1.1.1. – Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação de geração de conhecimento sobre o mercado, público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão

difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas.

1.1.2. – Produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados.

1.1.3. – Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, e consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.2. – O pagamento da Administração à agência contratada, pelos serviços prestados nas etapas de planejamento e criação tomará como parâmetro o valor da proposta de preço já com os descontos apresentados, com base na Tabela Referencial de Custos Internos da ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade – Alagoas, edição 2011 (Anexo ao contrato).

1.2.1. – A Administração pagará a agência contratada honorários de até 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços especializados tomados junto a terceiros. Quando a responsabilidade da agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento dos serviços especializados, a Administração pagará honorários de até 10% (dez por cento), tudo em observância aos regimentos do Conselho Executivo de Normas Padrão da Atividade Publicitária.

1.3 - Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação de geração de conhecimento sobre o mercado, público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas.

1.4 – A Agência contratada será responsável pelos custos criação da campanha publicitária, bem como pelos custos de produção e veiculação, que só serão efetuados, mediante aprovação e autorização expressas da Administração.

1.5 – O Poder Judiciário de Alagoas poderá investir em publicidade, por meio da agência vencedora da licitação, até o montante máximo de **R\$ 475.000,00 (quatrocentos e setenta e cinco mil reais)**, no período de vigência do contrato.

1.6 – O Poder Judiciário de Alagoas somente pagará os serviços efetivamente realizados, não estando obrigado a investir o total de recursos estabelecido no item 4.5, e sua decisão não gerará à agência vencedora da licitação a garantia ou o direito de requerer indenização por quaisquer perdas e danos.

## DOS PRAZOS

**CLÁUSULA SEGUNDA** - O presente contrato terá vigência de 12 (doze) meses, a partir da sua assinatura.

**Parágrafo primeiro** – Fica estabelecido que a critério do Contratante, mediante termo aditivo, poderá ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, nos moldes do arts. 57, II da Lei 8.666/93.

**Parágrafo segundo** – Para efeito de ano civil, será tomado como referência a Lei 810/49, que define o ano civil sendo o período de 12 (doze) meses contados do dia do início ao dia e mês correspondente do ano seguinte – arts. 1º e 2º.

## DO VALOR

**CLÁUSULA TERCEIRA** – O CONTRATANTE pagará à CONTRATADA o valor máximo estimado de **R\$ 475.000,00**, pelos serviços de planejamento e criação de peças publicitárias incluindo as atividades complementares de serviços especializados, especificados no objeto deste contrato, bem como os valores referentes aos serviços terceirizados de produção e/ou veiculação, eventualmente realizados, conforme a aprovação e autorização do

Contratante, mediante ordem bancária.

6.1 – A remuneração da CONTRATANTE, a título de custos internos e honorários sobre serviços tomados junto a terceiros será procedida da seguinte forma:

a) Desconto concedido ao Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas para cada bloco de custos internos (1 a 15) constantes do Anexo I, definidos com base na Tabela Referencial de Custos Internos da ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade – Alagoas, edição 2011:

|                                 |                  |                   |
|---------------------------------|------------------|-------------------|
| 1. ANÚNCIO JORNAL               | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 2. ANÚNCIO REVISTA              | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 3. ANÚNCIO LEGAL                | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 4. IMPRESSOS/FOLDERS            | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 5. PAPELARIA                    | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 6. IDENTIDADE CORPORATIVA       | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 7. EMBALAGENS                   | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 8. SPOT DE RÁDIO                | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 9. FONOGRAMA (Jingle/trilha)    | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 10. VT                          | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 11. ASSINATURA                  | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 12. AUDIOVISUAL/DOCUMENTÁRIO    | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 13. OUTDOOR/MÍDIA EXTERIOR      | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 14. MATERIAL PROMOCIONAL        | Desconto (____%) | (_____ por cento) |
| 15. MÍDIA ELETRÔNICA E INTERNET | Desconto (____%) | (_____ por cento) |

b) Percentual de honorários sobre os custos comprovados de serviços especializados realizados por terceiros, de produção de peças e materiais cuja distribuição/veiculação **NÃO PROPORCIONE** o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação: \_\_\_\_%(\_\_\_\_\_ por cento).

c) Percentual de honorários sobre os custos comprovados de serviços especializados realizados por terceiros, de produção de peças e materiais cuja distribuição/veiculação **PROPORCIONE** o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação: \_\_\_\_%(\_\_\_\_\_ por cento).

d) Percentual de honorários sobre os custos comprovados de outros serviços especializados realizados por terceiros, com a efetiva intermediação da licitante, a fim de dar suporte aos demais serviços destinados atendimento das necessidades de comunicação do Tribunal de Justiça de Alagoas: \_\_\_\_% (\_\_\_\_\_ por cento).

e) Percentual de honorários 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:** \_\_\_\_%(\_\_\_\_\_ por cento).

f) Percentual máximo a ser pago pelo Tribunal de Justiça de Alagoas sobre o cachê original, a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz; sobre o valor original de cessão de uso de obras consagradas incorporadas as peças, aos detentores dos direitos patrimoniais de uso destas obras; bem como pela reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado: \_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_ por cento).

**Parágrafo primeiro-** O Contratante somente pagará os serviços efetivamente realizados, não estando obrigado a investir o total de recursos estabelecido no parágrafo anterior e sua decisão não gerará a Contratada a garantia ou o direito de requerer indenização por quaisquer perdas e danos.

**Parágrafo segundo-** As peças publicitárias reprovadas não serão cobradas pela CONTRATADA.

**Parágrafo terceiro-** Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade.

**Parágrafo quarto-** A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou descontos de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este CONTRATO.

**Parágrafo quinto-** As formas de remuneração estabelecidas nesta Cláusula poderão ser renegociadas, no interesse do CONTRATANTE, quando da renovação ou prorrogação deste Contrato.

**Parágrafo sexto-** Os percentuais de honorários definidos nesta cláusula não sofrerão reajustes, tendo em vista que a remuneração é definida mediante a incidência desses percentuais sobre os valores estabelecidos na Tabela Referencial de Custos Internos, Anexo I, e das despesas com serviços especializados tomados junto a terceiros.

## DO PAGAMENTO

**CLÁUSULA QUARTA** - Imediatamente após o recebimento da nota fiscal, devidamente atestada pelo FISCAL DO CONTRATO, dos serviços efetivamente realizados, o órgão recebedor adotará as providências para pagamento, em moeda corrente nacional, o qual deverá ser efetuado em até 10 (dez) dias úteis mediante a apresentação da seguinte documentação:

- a) Nota Fiscal/fatura discriminativa, em via única, devidamente atestada pelo GESTOR DO CONTRATO;
- b) Cópia da(s) publicação(ões) realizada(s);
- c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais, expedida pela Receita Federal do Brasil.
- d) CND – Certidão Negativa de Débitos para com a Previdência Social;
- e) CRF – Certificado de Regularidade de FGTS, expedido pela Caixa Econômica Federal.
- f) CND – Certidão Negativa de Débitos para com a Fazenda Municipal;

4.1 – Os serviços relativos à veiculação serão pagos no prazo de até 10 (dez) dias úteis contados da data de apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços e respectivos comprovantes de veiculação, devendo as notas fiscais dos veículos ser faturadas contra o Tribunal de Justiça do

Estado de Alagoas aos cuidados da agência CONTRATADA, que repassará a esses veículos o valor líquido, deduzido o “desconto padrão de agência”, a teor do que dispõe o Art. 15 do Decreto 57.690/66, regulamentador da Lei 4.680/65, e do item 2.4 das Normas Padrão da Atividade Publicitária, observadas ainda as seguintes providências:

- a) Apresentação de comprovantes de exibição/irradiação das peças veiculadas em rádio e televisão, respectivamente;
- b) Apresentação da página inteira, no original, de cada cada jornal/revista, com respectivas publicações e datas.

4.2 – Os serviços relativos à serviços especializados tomados junto a terceiros serão pagos em até 10 (dez) dias úteis contatos da efetiva data de apresentação dos documentos de cobrança, na forma e prazos, à época, solicitados pelo CONTRATANTE, condicionados à apresentação dos documentos de cobrança comprobatórios de despesas e respectivos comprovantes.

4.3 – A CONTRATADA deverá, em até 10 (dez) dias úteis da realização de qualquer pagamento pelo CONTRATANTE, que envolva repasse à terceiro emitente de faturamento, a seus cuidados, contra o CONTRATANTE, apresentar documentação de plena quitação da referida cobrança. O não-cumprimento de tal dispositivo ensejará a retenção, pelo CONTRATANTE, de todos os demais pagamentos até a regularização da pendência.

**Parágrafo primeiro** - Em nenhuma hipótese haverá antecipação de pagamento;

**Parágrafo segundo** - O envio da Nota Fiscal à Diretoria-Adjunta de Contabilidade e Finanças deste Tribunal, deverá acontecer até o último dia útil de cada mês;

**Parágrafo terceiro** - A apresentação de nota fiscal/fatura com incorreções ou desacompanhada da documentação requerida no subitem anterior, implicará na sua devolução à empresa CONTRATADA para regularização, devendo o prazo de pagamento ser contado a partir da data de sua reapresentação.

**Parágrafo quarto** - Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a contratada não tenha concorrido de alguma forma para tanto, fica convencionado que a taxa de compensação financeira devida pelo TRIBUNAL, entre a data de pagamento prevista para o pagamento e o efetivo adimplimento da parcela, será aquela resultante da instalação da seguinte fórmula:

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

Onde:

EM = Encargos moratórios;

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

VP = Valor da parcela a ser paga;

I = Índice de atualização financeira = 0,00016438, assim apurado:

$$I=TX$$

$$I = \frac{(6/100)}{365}$$

$$I = 0,00016438$$

TX = Percentual da taxa anual = 6%

**Parágrafo quinto**- Considera-se para efeito de pagamento o dia da entrega da O.B. na unidade bancária.

**Parágrafo sexto**- Se, quando da efetivação do pagamento, os documentos comprobatórios de situação regular em relação à Fazenda Federal, ao INSS e ao FGTS, apresentados em atendimento às

exigências de habilitação, estiverem com a validade expirada o pagamento ficará retido até a apresentação de novos documentos dentro do prazo de validade.

**Parágrafo sétimo** - A apresentação da nota fiscal/fatura de serviços com incorreções ou desacompanhada da documentação requerida no parágrafo anterior, implicará na sua devolução à empresa CONTRATADA para regularização, devendo o prazo de pagamento ser contado a partir da data de sua reapresentação.

**Parágrafo oitavo** - Considera-se, para efeito de pagamento, o dia de entrega da ordem bancária.

**Parágrafo nono** - Os pagamentos decorrentes da presente avença deverão ser levados a crédito na conta corrente n.º \_\_\_\_\_, Agência n.º \_\_\_\_\_ do \_\_\_\_\_, cujo titular é a CONTRATADA.

## **DOS RECURSOS FINANCEIROS E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA.**

**CLÁUSULA QUINTA** – As despesas decorrentes da aquisição do objeto desta licitação correrão por conta da dotação orçamentária nº 02.122.0003.2211.0000.3390-39, pertencente à Diretoria Adjunta de Contabilidade Financeira do Tribunal de Justiça.

## **DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE**

**CLÁUSULA SEXTA** - Durante a execução do presente contrato, obriga-se o CONTRATANTE a:

6.1 – Propiciar todas as facilidades indispensáveis à boa execução do fornecimento dos serviços objeto deste ajuste, inclusive permitir o livre acesso dos responsáveis da CONTRATADA às dependências da CONTRATANTE, desde que devidamente identificados.

6.2 – Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

6.3 – Atestar a execução do objeto do presente ajuste por meio do GESTOR DO CONTRATO.

6.4 – Efetuar o pagamento à CONTRATADA de acordo com as condições de preço e prazos estabelecidos no contrato.

6.5 – Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA, por escrito, sobre irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

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

6.7 – Aplicar as penalidades por descumprimento do contrato.

## **DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

**CLÁUSULA SÉTIMA**- A CONTRATADA, no decorrer da execução do presente contrato, obriga-se a fornecer o objeto do presente ajuste, obedecendo às condições seguintes:

- 7.1 – Executar o contrato em estrita conformidade com as especificações e com os termos nele previstos.
- 7.2 – Realizar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante contratação de terceiros, todos os serviços relacionados com o objeto do contrato, de acordo com as especificações estipuladas e/ou aprovadas pelo Contratante.
- 7.3 – Garantir as condições avençadas no contrato, sempre que, a seu critério, venha a utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outras localidades para serviços de criação, produção e outros, complementares ou acessórios, que se fizerem necessários.
- 7.4 – Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento (proposta técnica) na execução dos serviços objeto do contrato, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente comunicado e aprovado pelo Contratante.
- 7.5 – Dar assistência à Diretoria de Comunicação Social do TJ/AL no que pertine ao objeto do contrato, sempre que solicitada.
- 7.6 – Executar, fielmente o plano de ação, conforme informações e instrumentos de comunicação e marketing colocados à disposição do Contratante, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.
- 7.7 – Obter aprovação prévia do Contratante, por escrito ou mediante comunicação por e-mail funcional, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra despesa contemplada no objeto deste Contrato.
- 7.8 – Submeter toda e qualquer contratação de terceiros, abrangida pelo objeto do Contrato, à prévia anuência do Contratante, por meio do GESTOR DO CONTRATO.
- 7.9 – Submeter à prévia apreciação do GESTOR DO CONTRATO a(s) peça(s) publicitária(s), planos de mídia e autorizações de veiculação destinadas aos veículos.
- 7.10 – Submeter à prévia apreciação do Contratante, por meio do GESTOR DO CONTRATO, para fins de aprovação ou rejeição, planos, textos, apresentações visuais (layout) e artes finais, mensagens, roteiros, planos de mídia, autorizações de produção e veiculação e todo o conjunto de informações pertinentes às ações e campanhas publicitárias, como custos, períodos e veículos a serem utilizados. Todo material ou campanha deve ser apresentado ainda na fase de planejamento para que seja examinado sob o aspecto técnico-publicitário, pela Diretoria de Comunicação Social do Tribunal de Justiça de Alagoas.
- 7.11 – Fazer veicular a(s) peça(s) publicitária(s) nas datas estabelecidas no plano de mídia aprovado GESTOR DO CONTRATO.
- 7.12 – Produzir e entregar ao GESTOR DO CONTRATO uma cópias impressas e em mídia digital de todas as peças publicitárias aprovadas.
- 7.13 – Responsabilizar-se integralmente pelos custos de produção e/ou veiculação das peça(s) publicitária(s).
- 7.14 – Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo Contratante. Em caso de segunda tiragem, este pode optar pela contratação junto a terceiros, sob sua própria orientação,
- 7.15 – Apresentar ao GESTOR DO CONTRATO pelo menos três orçamentos obtidos junto a pessoas físicas ou jurídicas que atuem no mercado do ramo de fornecimento pretendido e que estejam previamente cadastradas pelo Administração para fornecimento de bens e serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato.
- 7.16 – Proceder à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da Administração, sempre que o fornecimento de bens e serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, dispensando-se tal procedimento se os serviços tiverem valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea *a* do inciso II do art. 23 da Lei 8.666/93.
- 7.17 – Realizar a apropriação de custos de toda e qualquer despesa, seja de veiculação, seja de



produção, e, no tocante a esta última, tanto interna quanto externa, e encaminhar à aprovação do Contratante.

7.18 – Conter a apropriação de custos dentro dos parâmetros estabelecidos na proposta técnica e de preços, aprovadas na Licitação, demonstrados, em anexo, os preços da média de mercado, incluindo tabelas vigentes à época, conforme espécie de trabalho a ser prestado, bem como a efetiva incidência dos descontos negociados em favor do Contratante, dentro do critério da melhor relação custo/benefício.

7.19 – Transferir integralmente ao Contratante todas as vantagens derivadas de negociação de preços e de condições de pagamento, inclusive especiais, com fornecedores e com veículos e, quanto a estes, sob forma de descontos e/ou bonificações ou reaplicações. Tais descontos deverão constar das respectivas apropriações encaminhadas ao Contratante para aprovação.

7.20 – Buscar sempre as melhores condições de preços para os direitos autorais de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do Contratante.

7.21 – Apresentar ao GESTOR DO CONTRATO, inclusive para fins de liberação do pagamento, notas fiscais de todos os serviços tomados pela agência junto a terceiros, nas etapas de produção e veiculação, para a fiel execução do contrato, devendo, em caso de veiculação, as notas fiscais dos veículos ser faturadas contra o Tribunal de Justiça de Alagoas aos cuidados da Agência, que repassará a esses veículos o valor líquido, deduzido o “desconto padrão de agência”, a teor do que dispõe o Art. 15 do Decreto 57.690/66, regulamentador da Lei 4.680/65, e do item 2.4 das Normas Padrão da Atividade Publicitária.

7.22 – Apresentar especificamente, para pagamento de despesas com veiculação, demonstrativo do valor devido ao veículo, sua tabela de preços, descrição de descontos negociados, pedidos de inserção correspondentes, bem como relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente.

7.23 – Entregar à Contratante, por meio do GESTOR DO CONTRATO, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório detalhado das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, contendo informações relevantes sobre o estágio dos serviços, conforme orientações prestadas pelo Contratante.

7.24 – Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativas de custos e que redundem em aumento de despesas ou perdas de descontos para o Contratante.

7.25 – manter durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

7.26 – Não divulgar informações acerca da prestação de serviços, objeto do Contrato, que envolva o nome do Contratante, exceto em casos de prévia expressa autorização.

7.27 – Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do Contratante. A infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata do contrato e sujeitará a Contratada às penas da Lei nº 9.279/96 e às indenizações por perdas e danos previstas na legislação ordinária.

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

7.29 – Responder por qualquer ação judicial ou medida extrajudicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direito de propriedades ou direitos autorais, relacionados com os serviços objeto do contrato.

7.30 – Sujeitar-se às orientações do GESTOR DO CONTRATO, que poderá discutir os valores de produção e veiculação de peças publicitárias, procurando garantir o menor preço.

- 7.31 – Autorizar diretamente a execução da publicidade (veiculação e, inclusive, sua produção por terceiros, se for o caso).
- 7.32 – Responder, integralmente, pelos danos causados diretamente à Administração ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento empreendidos pelo CONTRATANTE.
- 7.33 – Fornecer serviços de boa qualidade.
- 7.34 – Submeter-se à auditoria do Poder Judiciário sobre assuntos relativos ao objeto desta licitação, mediante aviso prévio de 05 (cinco) dias.
- 7.35 – Comprovar, a qualquer momento, o pagamento dos tributos que incidirem sobre a execução dos serviços prestados.
- 7.36 – Responsabilizar-se integralmente pelos encargos trabalhistas, previdenciários, securitários, fiscais, comerciais e de responsabilidade civil decorrentes da execução do contrato.
- 7.37 – Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.
- 7.38 – Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros para cumprimento do objeto desta contratação, bem como responder por todos os efeitos daqueles contratos perante terceiros e o próprio Contratante.
- 7.39 – Exigir de terceiros, no que couber, em caso de subcontratação para execução parcial de serviços estipulados no contrato, as mesmas condições originárias do presente instrumento.
- 7.40 – Adotar as providências necessárias para que qualquer serviço, inclusive o de veiculação, considerado não-aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado às suas expensas, e nos prazos estipulados pelo CONTRATANTE, por meio do GESTOR DO CONTRATO.
- 7.41 – Aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, nos termos do art. 65, §1º, da Lei nº 8.666/93.
- 7.42 – Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de idoneidade exigidas nesta licitação, além de sujeitar-se a outras obrigações previstas no Código de Proteção e Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90) que sejam compatíveis com o regime de Direito Público.

## **DAS ATRIBUIÇÕES DO GESTOR (FISCAL)**

### **CLÁUSULA OITAVA – Ao Gestor do contrato caberá:**

- 8.1 – Solicitar à Contratada a realização dos serviços mediante apresentação de *briefing*, no qual constarão todas as informações e orientações necessárias à produção da(s) peça(s) publicitária(s).
- 8.2. – Analisar e aprovar as peças publicitárias e os planos de mídia (veiculação) apresentados pela Contratada, apontando eventuais modificações.
- 8.3 – Realizar, sempre que julgar necessário, cotação de preços para efetivação da publicidade, utilizando-a como parâmetro para que a agência realize a contratação.
- 8.4 – Indicar a data em que deverá(ão) ser veiculada(s) a(s) peça(s) publicitária(s).
- 8.5 – Fiscalizar a execução do contrato, objetivando garantir a qualidade desejada.
- 8.6 – Solicitar e/ou sugerir à Administração a aplicação de penalidades, por descumprimento de cláusula contratual ou editalícia.
- 8.7 – Solicitar à CONTRATADA e a seus prepostos, ou obter da Administração, tempestivamente, todas as providências necessárias ao bom andamento do presente fornecimento.
- 8.8 – Fornecer atestado de capacidade técnica quando solicitado, desde que atendidas as obrigações contratuais.
- 8.9 – Atestar e encaminhar notas fiscais ao setor competente para autorizar pagamentos, indicando eventuais ocorrências.

8.10 – Fiscalizar para que sejam mantidas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

*Parágrafo primeiro-* A não-aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do CONTRATANTE, subscrita pelo GESTOR DO CONTRATO.

*Parágrafo segundo-* A ação da fiscalização não exonera a CONTRATADA de suas responsabilidades contratuais.

## DOS DIREITOS AUTORAIS

**CLÁUSULA NONA** – A CONTRATADA cede ao CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análise e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do Contrato.

9.1 – O valor desta cessão é considerado incluso nas modalidades de remuneração previstas no Contrato.

9.2 – O CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA.

9.3 – Em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, a CONTRATADA solicitará de cada titular do direito dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a CONTRATANTE escolha uma das opções.

9.4 – Nos casos de cessão por tempo limitado, a CONTRATADA condicionará a contratação do serviço por período mínimo de 03 (três) meses e utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexões dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.

9.5 – Quando a CONTRATANTE optar pela execução dos serviços com cessão total e definitiva, a CONTRATADA se compromete a fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:

a) explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, arranjo, execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados;

b) estabeleçam que o CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após o seu término ou, ainda eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

9.6 – Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão, definitiva ou por tempo limitado, será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

9.7 – A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, que todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão de demais direitos.

9.8 – A critério da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas

por outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes da estrutura do Poderes, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA.

9.9 – A seu critério, a CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes dos Poderes. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo com os eventuais detentores dos direitos das peças.

## **DAS PENALIDADES**

**CLÁUSULA DÉCIMA** - Pela inexecução total ou parcial do contrato, o Contratante poderá, garantida a prévia defesa da Contratada no prazo legal, aplicar as seguintes sanções:

- a) Advertência;
- b) Multa – a CONTRATADA que deixar de cumprir as obrigações assumidas fica sujeita de multa de 2% (dois por cento) do valor total da proposta apresentada, ao dia, percentual esse que será descontado do montante devido por este Tribunal à CONTRATADA, ou cobrado judicialmente;
- c) Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total do fornecimento se o atraso for superior a 15 (quinze) dias contados da data da entrega dos serviços, sem causa justificada, ou se a causa alegada não for aceita pela CONTRATANTE. A justa causa não impede a aplicação da multa mas sim a rescisão do contrato, exceto quanto à rescisão, se a CONTRATANTE entender oportuno e conveniente rescindir o contrato, o que ocorrerá sem prejuízo da multa. Rescindida a avença, poderá o CONTRATANTE optar pela convocação da segunda licitante classificada, para atender ao objeto deste contrato, em igual prazo e nas mesmas condições propostas pela CONTRATADA, inclusive quanto aos preços;
- d) Suspensão temporária de participação e impedimento de contratar com a Administração, por prazo de até 02 (dois) anos.

**Parágrafo primeiro**- Se o valor da multa ou indenização devida não for recolhido, será automaticamente descontado da primeira parcela de preço a que a contratada vier a fazer jus, acrescido de juros moratórios de 1% (um por cento) ao mês, ou, quando for o caso, cobrado judicialmente.

**Parágrafo segundo**- Após a aplicação de quaisquer penalidades acima previstas, realizar-se-á comunicação escrita à Contratada e publicação no Diário Eletrônico da Justiça (excluídas as penalidades de advertência e multa de mora), constando o fundamento legal da punição.

## **DA RESCISÃO**

**CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA** - 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.

## **DA ALTERAÇÃO**

**CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA** - O contrato poderá ser alterado nas hipóteses previstas no art. 65 da Lei nº 8.666/93.

## **DAS DISPOSIÇÕES FINAIS**

**CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA** – 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.

**CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA** – A Contratada fica obrigada a manter, durante toda a execução do contrato as condições de habilitação e qualificação exigidas para a contratação.

## **DA PUBLICAÇÃO**

**CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA** - 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.

## **DO FORO**

**CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA**- 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/AL, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2011.

Presidente do Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas  
CONTRATANTE

Representante da Empresa  
CONTRATADA

TESTEMUNHAS: \_\_\_\_\_

**ANEXO I DO CONTRATO**

**CUSTOS INTERNOS (CRIAÇÃO), CONFORME TABELA REFERENCIAL – ABAP/AL –  
EDIÇÃO 2011**

|                              |              |
|------------------------------|--------------|
| <b>1. ANÚNCIO JORNAL</b>     | <b>Total</b> |
| Menor ou igual a ¼ de página | R\$ 590,00   |
| Até 1/3 de página            | R\$ 750,00   |
| Até ½ página                 | R\$ 1.080,00 |
| Até 2/3 de página            | R\$ 1.495,00 |
| Até 1 página                 | R\$ 1.720,00 |
| Até página dupla             | R\$ 2.840,00 |

|                           |              |
|---------------------------|--------------|
| <b>2. ANÚNCIO REVISTA</b> | <b>Total</b> |
| Até ½ página              | R\$ 995,00   |
| Até 1 página              | R\$ 1.315,00 |
| Página Dupla              | R\$ 1.990,00 |

|                         |              |
|-------------------------|--------------|
| <b>3. ANÚNCIO LEGAL</b> | <b>Total</b> |
| Até ¼ página            | R\$ 515,00   |
| Até ½ página            | R\$ 965,00   |
| Até 1 página            | R\$ 1.800,00 |
| Página Dupla            | R\$ 3.215,00 |

|                                            |              |
|--------------------------------------------|--------------|
| <b>4. IMPRESSOS/FOLDERS*</b>               | <b>Total</b> |
| Capa de Agenda                             | R\$ 770,00   |
| Capa de CD/DVD                             | R\$ 1.540,00 |
| Capa de Relatório/ Caderno/Revista         | R\$ 1.935,00 |
| Catálogo (qualquer tamanho)/Encarte Varejo | R\$ 410,00   |

|                                                          |              |
|----------------------------------------------------------|--------------|
| Cinta para Jornal                                        | R\$ 995,00   |
| Encarte Jornal/Revista                                   | R\$ 1.325,00 |
| Folder com página igual ou maior que A4, até 8 páginas   | R\$ 580,00   |
| Folder com página igual ou maior que A4, acima 8 páginas | R\$ 510,00   |
| Folder com página menor que A4, até 8 páginas            | R\$ 510,00   |
| Folder com página menor que A4, acima 8 páginas          | R\$ 410,00   |
| Envelope/Caixa especial para folder                      | R\$ 1.325,00 |
| Folheto/Panfletto/Volante (com página até tamanho A5)    | R\$ 365,00   |
| Folheto Técnico/Manual Técnico                           | R\$ 580,00   |
| Relatório – Diagramação                                  | R\$ 580,00   |
| *Preço por página                                        |              |

|                                                              |            |
|--------------------------------------------------------------|------------|
| 5. PAPELARIA                                                 | Total      |
| Bloco de Anotações (capa, 01 folha de miolo e capa do verso) | R\$ 385,00 |
| Envelope Pequeno                                             | R\$ 385,00 |
| Envelope Saco/Ofício                                         | R\$ 385,00 |
| Pasta                                                        | R\$ 755,00 |

|                                                                 |              |
|-----------------------------------------------------------------|--------------|
| 6. IDENTIDADE CORPORATIVA                                       | Total        |
| Marca                                                           | R\$ 4.060,00 |
| Marca + Papelaria básica                                        | R\$ 5.260,00 |
| Marca de Produto                                                | R\$ 4.060,00 |
| Reformulação de Marca                                           | R\$ 2.030,00 |
| Selo Comemorativo                                               | R\$ 825,00   |
| Manual de identidade visual (por página)                        | R\$ 295,00   |
| Slogan                                                          | R\$ 1.505,00 |
| Uniforme                                                        | R\$ 605,00   |
| Placas de sinalização para portas, estacionamento, etc. (unid.) | R\$ 70,00    |

|                                                |              |
|------------------------------------------------|--------------|
| 7. EMBALAGENS                                  | Total        |
| Embalagem de produto (caixa, saco, lata, etc.) | R\$ 3.290,00 |
| Rótulo                                         | R\$ 2.665,00 |

|                                  |              |
|----------------------------------|--------------|
| Reformulação/adaptação de Rótulo | R\$ 1.660,00 |
| Display para folder e produtos   | R\$ 1.975,00 |

|                                                                                                            |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 8. SPOT DE RÁDIO*                                                                                          | Total      |
| Spot 30"                                                                                                   | R\$ 480,00 |
| Spot 45"                                                                                                   | R\$ 645,00 |
| Spot 60"                                                                                                   | R\$ 845,00 |
| *Os custos de acompanhamento de produção, produtora, trilhas sonoras, cópias e cachês não estão incluídos. |            |

|                                                                                                                                     |              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 9. FONOGRAMA (Jingle/trilha)*                                                                                                       | Total        |
| Jingle Institucional 30"                                                                                                            | R\$ 1.270,00 |
| Jingle Institucional 45"                                                                                                            | R\$ 1.595,00 |
| Jingle Institucional 60"                                                                                                            | R\$ 1.895,00 |
| *Os custos incluem criação simples, com cópia em CD. Não estão incluídos os cachês de intérprete, arranjo, músicos e nem produtora. |              |

|                                                                                                                                                                                   |              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 10. VT*                                                                                                                                                                           | Total        |
| 30"                                                                                                                                                                               | R\$ 1.190,00 |
| 45"                                                                                                                                                                               | R\$ 1.580,00 |
| 60"                                                                                                                                                                               | R\$ 2.060,00 |
| *Custos de criação e acompanhamento de produção. Não estão incluídos produtora, edição, áudio, trilha, direção, artes, efeitos especiais, cópias, cachês e despesas operacionais. |              |

|                                                                                                                                                                         |              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 11. ASSINATURA*                                                                                                                                                         | Total p/seg. |
| Vinheta Eletrônica (storyboard e roteiro)                                                                                                                               | R\$ 155,00   |
| *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. |              |

|                                                                                                                                                                                                                                            |              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 12. AUDIOVISUAL/DOCUMENTÁRIO*                                                                                                                                                                                                              | Total p/min. |
| Qualquer segmento                                                                                                                                                                                                                          | R\$ 1.460,00 |
| *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. |              |

|                            |       |
|----------------------------|-------|
| 13. OUTDOOR/MÍDIA EXTERIOR | Total |
|----------------------------|-------|



|                                  |              |
|----------------------------------|--------------|
| Outdoor – cartaz Policromia      | R\$ 1.275,00 |
| Outdoor – cartaz traço           | R\$ 905,00   |
| Backbus                          | R\$ 1.275,00 |
| Lateral de ônibus                | R\$ 905,00   |
| Busdoor                          | R\$ 905,00   |
| Envelopamento de automóvel       | R\$ 1.275,00 |
| Painel frontal – Ponto de ônibus | R\$ 1.275,00 |
| Painel lateral – Ponto de ônibus | R\$ 865,00   |
| Lightdoor/Backlight/Frontlight   | R\$ 1.275,00 |
| Muro/Tapume                      | R\$ 1.805,00 |
| Postdoor/placa de esquina        | R\$ 410,00   |
| Balão promocional                | R\$ 285,00   |
| Relógio Digital                  | R\$ 905,00   |
| Placa/Painel sinalização         | R\$ 275,00   |
| Placa/Painel                     | R\$ 1.275,00 |
| Estandarte/Galhardete            | R\$ 275,00   |
| Faixa Avião                      | R\$ 275,00   |
| Faixa Rua                        | R\$ 275,00   |
| Empena de prédio                 | R\$ 1.275,00 |

|                                              |            |
|----------------------------------------------|------------|
| 14. MATERIAL PROMOCIONAL                     | Total      |
| Adesivo                                      | R\$ 320,00 |
| Adesivo de chão                              | R\$ 865,00 |
| Camisa                                       | R\$ 560,00 |
| Bandeira                                     | R\$ 320,00 |
| Bandeirola (frente e verso) / Móbile Simples | R\$ 450,00 |
| Móbile com facas especiais                   | R\$ 865,00 |
| Banner recorte                               | R\$ 430,00 |
| Banner Policromia                            | R\$ 865,00 |
| Boné/Chaveiro/Crachá/Caneta/Imã de geladeira | R\$ 225,00 |
| Broadside (por página)                       | R\$ 490,00 |
| Capa Carnê                                   | R\$ 180,00 |
| Cartão de Natal Padrão                       | R\$ 930,00 |
| Cartaz A3 ou maior                           | R\$ 905,00 |
| Cartaz p/ Varejo                             | R\$ 675,00 |
| Copo / Caneca                                | R\$ 385,00 |
| Cupom                                        | R\$ 360,00 |

|                       |            |
|-----------------------|------------|
| Diploma               | R\$ 675,00 |
| Display Balcão/Parede | R\$ 355,00 |
| Convite Padrão        | R\$ 455,00 |
| Calendário (p/página) | R\$ 275,00 |
| Inflável              | R\$ 430,00 |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 15. MÍDIA ELETRÔNICA E INTERNET*                                                                                                                                                                                                                                                                 | Total        |
| Banner – Formatos: Gif animado e Swf Animado                                                                                                                                                                                                                                                     | R\$ 525,00   |
| Banner Formato Especial – Formatos: Swf Interativo                                                                                                                                                                                                                                               | R\$ 905,00   |
| Website Corporativo – criação das interfaces, arquitetura de informação, conteúdo e finalização em html, css e javascript. Até 20 Páginas. A cada página extra, cobra-se 5% do valor total.                                                                                                      | R\$ 7.515,00 |
| 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. A cada página extra, cobra-se mais 5% do valor total. | R\$ 4.510,00 |
| Hotsite de evento e promocional – Até 05 Páginas. A cada página extra, cobra-se 5% do valor total.                                                                                                                                                                                               | R\$ 2.255,00 |
| Newsletter (mala-direta via e-mail)                                                                                                                                                                                                                                                              | R\$ 905,00   |
| *Valores não incluem produção fotográfica, ilustração e computação gráfica.                                                                                                                                                                                                                      |              |