



**EDITAL DE LICITAÇÃO**  
**CONCORRÊNCIA Nº 01/2022-DICOM/CLDF**  
**PROCESSO SEI Nº 00001-00013567/2021-51**

**MODALIDADE:** Concorrência.

**TIPO:** Melhor Técnica.

**FORMA E REGIME DE EXECUÇÃO:** Execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis Federais nº 4.680, de 18.06.65, e nº 8.666, de 21.06.93 e alterações posteriores, Lei Distrital nº 3.184, de 29 de agosto de 2003, e Ato da Mesa Diretora nº 15, de 03 de fevereiro de 2022.

**OBJETO:** Obtenção de propostas para a contratação de serviços de publicidade, a serem prestados por 03 (três) agências de propaganda, com o objetivo de atender à Câmara Legislativa do Distrito Federal-CLDF, conforme prevê o art. 62-A da Resolução nº 34, de 1991.

**INTERESSADO:** Diretoria de Comunicação Social da Câmara Legislativa do Distrito Federal-DICOM/CLDF.

**RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS:**

**DATA: 10/08/2022.**

**HORÁRIO: ÀS 14:00 HORAS.**

**Local:** Auditório "Lindberg Aziz Cury" da Câmara Legislativa do Distrito Federal-CLDF, situado no Eixo Monumental, Praça Municipal, Quadra 02, Lote 05, Térreo Inferior, Edifício Sede da CLDF, CEP: 70.094-902, Brasília/DF.

**RETIRADA DO EDITAL:** de segunda a sexta-feira, das 09:30h às 11:30h e das 14:30h às 17:30h, na Comissão Especial de Licitação da Câmara Legislativa do Distrito Federal-CEL/CLDF, situada no Eixo Monumental, Praça Municipal, Quadra 02, Lote 05, Térreo Inferior, Edifício Sede da Câmara Legislativa do Distrito Federal, Brasília/DF ou pelo endereço eletrônico: <http://www.cl.df.gov.br/web/portal-transparencia/concorrencias>

**FORMALIZAÇÃO DE CONSULTAS:**

**por carta ou ofício:** protocolado na Comissão Especial de Licitação da Câmara Legislativa do Distrito Federal-CEL/CLDF, situada no Eixo Monumental, Praça Municipal, Quadra 02, Lote 05, Térreo Inferior, Edifício Sede da Câmara Legislativa do Distrito Federal, Brasília/DF, das 09:30h às 11:30h e das 14:30h às 17:30h;

**pelo e-mail:** [celpublicidade@cl.df.gov.br](mailto:celpublicidade@cl.df.gov.br)

**outras informações:** pelo telefone 0xx(61) 3348-8650.

**SUMÁRIO**

1. Disposições iniciais
2. Recebimento e abertura das Propostas e Documentos
3. Objeto

4. Retirada do Edital
5. Informações e esclarecimentos sobre o Edital
6. Impugnação do Edital
7. Condições de participação
8. Credenciamento de representantes
9. Entrega da Proposta Técnica
10. Entrega da Proposta de Preço
11. Apresentação e elaboração da Proposta Técnica
12. Julgamento das Propostas Técnicas
13. Apresentação e elaboração da Proposta de Preço
14. Julgamento das Propostas de Preço
15. Julgamento final das Propostas
16. Entrega e forma de apresentação dos Documentos de Habilitação
17. Análise dos Documentos de Habilitação
18. Comissão Especial de Licitação e Subcomissão Técnica
19. Procedimentos licitatórios
20. Homologação e adjudicação
21. Divulgação dos atos licitatórios
22. Recursos administrativos
23. Valor da contratação e dotação orçamentária
24. Condições contratuais
25. Garantia
26. Remuneração e pagamento
27. Fiscalização
28. Sanções administrativas
29. Disposições finais

#### **Anexos**

**Anexo I:** Briefing

**Anexo II:** Modelo de Procuração

**Anexo III:** Declarações quanto à Proposta de Preço (Planilha de Preços Sujeitos a Valoração)

**Anexo IV:** Minuta de Contrato

**Anexo V:** Modelo de Declaração – artigo 27, V, da Lei nº 8.666/1993 e alterações posteriores

**Anexo VI:** Modelo de Declaração de Inexistência de Fato Superveniente (impeditivos)

**Anexo VII:** Modelo de Declaração de Elaboração Independente de Proposta

**Anexo VIII:** Decreto Nº 26.851, de 30 de maio de 2006

**Anexo IX:** Projeto Básico

## **1. DISPOSIÇÕES INICIAIS**

1.1. A Câmara Legislativa do Distrito Federal - CLDF torna público aos interessados que realizará concorrência, do tipo Melhor Técnica, para contratação de serviços de publicidade prestados por meio de agências de propaganda.

1.2. Este procedimento está em consonância com:

I - a Portaria do Secretário-Geral nº 39, de 25 de abril de 2022, publicada no Diário da Câmara Legislativa - DCL nº 85, de 26 de abril de 2022, página 20, que instituiu a Comissão Especial de Licitação encarregada do processamento desta Concorrência.

1.3. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232, de 29.04.10, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680, de 18.06.65, e nº 8.666, de 21.06.93, suas alterações posteriores e normas pertinentes.

1.3.1. Aplicam-se também a esta concorrência a Lei nº 3.184, de 29.08.03, o Decreto nº 57.690, de 01.02.66, e suas alterações posteriores.

1.3.2. Encerrado o processo licitatório a CLDF adotará as medidas necessárias à contratação com as respectivas vencedoras, mediante dotação orçamentária própria para a execução de despesas com ações de publicidade de seu interesse.

## **2. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS**

2.1. Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preço serão recebidos como segue:

**DATA: 10/08/2022.**

**HORÁRIO: ÀS 14:00 HORAS.**

**Local:** Auditório "Lindberg Aziz Cury" da Câmara Legislativa do Distrito Federal-CLDF, situado no Eixo Monumental, Praça Municipal, Quadra 02, Lote 05, Térreo Inferior, Edifício Sede da CLDF, CEP: 70.094-902, Brasília/DF.

2.1.1. Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente.

2.1.2. A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 19, e na legislação.

2.2. Os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Especial de Licitação.

2.3. Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Brasília.

## **3. OBJETO**

3.1. A presente concorrência destina-se à obtenção de propostas para a contratação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade institucional e de utilidade pública aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de divulgar atos, programas, serviços e campanhas com caráter informativo e de orientação social ao público em geral.

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

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução dos contratos;

b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

c) à produção e à execução técnica das peças e/ou materiais criados pelas agências contratadas.

3.1.1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 3.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre os aspectos socioeconômicos do DF e a respeito dos âmbitos de atuação da Câmara Legislativa do Distrito Federal que servirão de fundamentação para a concepção das campanhas publicitárias, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças.

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

c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

3.1.2. Os serviços previstos no subitem 3.1.1 não abrangem as atividades de

promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza. Devem vincular-se a objetivos sociais de interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social, não podendo constar nomes, símbolos, imagens ou expressões que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

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

3.2. Para a prestação dos serviços serão contratadas 03 (três) agências de propaganda, doravante denominadas agências, licitantes ou contratadas.

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

3.2.1.1. As agências atuarão por ordem e conta da Diretoria de Comunicação Social (DICOM/CLDF), em conformidade com o artigo 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 3.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

3.2.1.2. As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução total ou parcial de serviços previstos no item 3.

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

#### 4. RETIRADA DO EDITAL

4.1. Este Edital poderá ser retirado na Comissão Especial de Licitação da Câmara Legislativa do Distrito Federal-CEL/CLDF, situada no Eixo Monumental, Praça Municipal, Quadra 02, Lote 05, Térreo Inferior, Edifício Sede da Câmara Legislativa do Distrito Federal, Brasília/DF, de segunda a sexta-feira, das 09:30h às 11:30h e das 14:30h às 17:30h.

4.2. Poderá ser retirado o Edital no seguinte endereço eletrônico: <http://www.cl.df.gov.br/web/portal-transparencia/concorrencias>

#### 5. INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

5.1. Esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela Comissão Especial de Licitação-CEL/CLDF, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 5 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas, exclusivamente mediante solicitação por escrito, da seguinte forma:

**por carta ou ofício:** protocolado na Comissão Especial de Licitação da Câmara Legislativa do Distrito Federal-CEL/CLDF, situada no Eixo Monumental, Praça Municipal, Quadra 02, Lote 05, Térreo Inferior, Edifício Sede da Câmara Legislativa do Distrito Federal, Brasília/DF, das 09:30h às 11:30h e das 14:30h às 17:30h;

**pelo e-mail:** [celpublicidade@cl.df.gov.br](mailto:celpublicidade@cl.df.gov.br)

5.1.1. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos apenas por escrito, se possível pela mesma via.

5.1.1.1. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Invólucro nº 1), a identificação da sua Proposta perante a Subcomissão Técnica.

5.1.1.2. A Comissão Especial de Licitação dará conhecimento das perguntas e respostas às demais licitantes que retiraram este Edital, sem informar a identidade da licitante consulente

e de seu representante, mediante divulgação no endereço eletrônico: <http://www.cl.df.gov.br/web/portal-transparencia/concorrencias>

5.1.2. Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre esclarecimentos referentes a este Edital.

5.1.3. Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnica e de Preços previstos no subitem 2.1 deste Edital.

## **6. IMPUGNAÇÃO AO EDITAL**

6.1. Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até o dia 03 de agosto de 2022, de segunda a sexta-feira, na Comissão Especial de Licitação da Câmara Legislativa do Distrito Federal-CEL/CLDF, situada no Eixo Monumental, Praça Municipal, Quadra 02, Lote 05, Térreo Inferior, Edifício Sede da Câmara Legislativa do Distrito Federal, Brasília/DF, das 09:30h às 11:30h e das 14:30h às 17:30h, o qual deverá ser julgado e respondido em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no artigo 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.

6.2. Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a licitante que não o fizer em até 2 (dois) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnicas e de Preços, mediante solicitação por escrito e protocolizada no endereço e nos horários mencionados no subitem precedente.

6.2.1. Considera-se licitante para efeito do subitem precedente a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital.

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

## **7. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

7.1. Poderão participar desta concorrência as agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica e de funcionamento, nos termos do artigo 4º da Lei nº 12.232/2010, bem como atenderem a todas as exigências constantes neste edital e seus anexos.

7.2. Não poderá participar direta ou indiretamente da licitação ou da execução da obra/serviço e do fornecimento de bens a eles necessários:

a) Empresas que se encontrem sob falência, concordata, recuperação judicial ou extrajudicial, concurso de credores, dissolução, cisão, fusão ou incorporação, em liquidação, estrangeiras que não funcionem no país, nem aquelas que tenham sido declaradas inidôneas pela Administração Pública, direta ou indireta, Federal, Estadual, Municipal e Distrital, bem como as que estejam punidas com suspensão do direito de licitar ou contratar com a Câmara Legislativa do Distrito Federal;

b) Empresas reunidas em consórcio ou pessoas físicas não empresárias;

c) Empresa que, entre seus dirigentes, responsáveis técnicos, legais e/ou equipes técnicas e sócios, seja ocupante de cargo na Câmara Legislativa do Distrito Federal;

d) Pessoa jurídica cujo dirigente, administrador, proprietário ou sócio com poder de direção seja cônjuge, companheiro ou parente, em linha reta ou colateral, por consanguinidade ou afinidade, até o segundo grau, de:

I- agente público com cargo em comissão ou função de confiança que esteja lotado na unidade responsável pela realização da seleção ou licitação promovida pela Câmara Legislativa do Distrito Federal; ou

II- agente público cuja posição na Câmara Legislativa do Distrito Federal seja hierarquicamente superior ao chefe da unidade responsável pela

realização da seleção ou licitação.

- e) servidor ou dirigente da DICOM/CLDF, membros da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica, bem como servidores da Câmara Legislativa do Distrito Federal;
- f) empresa, isoladamente ou em consórcio, responsável pela elaboração do Briefing, ou da qual seu autor seja dirigente, gerente, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto ou controlador, responsável técnico ou subcontratado;
- g) o autor(es) do Briefing ou autor(es) de qualquer dos Anexos deste edital;

7.2.1. Considera-se participação indireta, a existência de qualquer vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira ou trabalhista entre o autor do projeto, pessoa física ou jurídica, e o licitante ou responsável pelos serviços, fornecimentos e obras, incluindo-se os fornecimentos de bens e serviços a estes necessários.

7.2.2. Considerando o artigo 337-M, §2º, do Código Penal, será realizada prévia pesquisa junto aos Portais na Internet de Governos (SICAF, CGDF/GDF e CEIS/CGU) e CNJ (condenações cíveis por atos de Impropriedade Administrativa) para aferir se existe algum registro impeditivo ao direito de participar de licitações ou celebrar contratos com a Administração Pública.

7.3. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Licitação o invólucro padronizado previsto no subitem 9.2.1 deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

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

7.5. Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

## **8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES**

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

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

8.1.2. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo II. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão Especial de Licitação cópia autenticada em cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

8.1.3. Os documentos previstos nos dois subitens anteriores deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação apartados dos invólucros das Propostas e, quando for o caso, dos Documentos de Habilitação.

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

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

8.4. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preço por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Especial de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 2.1 deste Edital.

## **9. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA**

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

### **INVÓLUCRO Nº 1**

9.2. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 11.2 e 11.3.

9.2.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela CLDF.

9.2.2. O (s) invólucro(s) padronizado(s) deverá(ão) ser retirado(s) pela(s) interessada(s) de segunda a sexta-feira, das 9:30h às 11:30h ou das 14:30h às 17:30h, na CEL/CLDF situada no Eixo Monumental, Praça Municipal, Quadra 02, Lote 05, Térreo Inferior, Edifício Sede da Câmara Legislativa do Distrito Federal, Brasília/DF, devendo realizar o agendamento pelo telefone 0xx(61) 3348-8650. O invólucro nº 1 estará a disposição dos interessados até as 17:30h do dia anterior a abertura desta Concorrência.

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

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

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

### **INVÓLUCRO Nº 2**

9.3. No Invólucro nº 2 deverá (ão) estar acondicionado(s) o(s) Plano(s) de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 11.4.

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

### **INVÓLUCRO Nº 2**

#### **PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA**

#### **NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE**

#### **CONCORRÊNCIA Nº 01/2022-DICOM/CLDF**

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

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

outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste Plano antes da abertura do Invólucro nº 2.

### **INVÓLUCRO Nº 3**

9.4. O Invólucro nº 3 deverá conter a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 11.5 a 11.10.

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

#### **INVÓLUCRO Nº 3**

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

#### **NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE**

#### **CONCORRÊNCIA Nº 01/2022-DICOM/CLDF**

9.4.2. O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

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

### **10. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇO**

10.1. A Proposta de Preço deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionada no Invólucro nº 4.

#### **INVÓLUCRO Nº 4**

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

#### **INVÓLUCRO Nº 4**

#### **PROPOSTA DE PREÇO**

#### **NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE**

#### **CONCORRÊNCIA Nº 01/2022-DICOM/CLDF**

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

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

### **11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

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

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

11.1.1. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a



expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

## PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA

11.2. Cada Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

- I - em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- II - capa (em branco) e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2;
- III - conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato;
- IV - espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir da borda;
- V - títulos, intertítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- VI - espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e intertítulos e entre parágrafos;
- VII - alinhamento justificado do texto;
- VIII - texto e numeração de páginas em fonte 'arial', cor 'automático', tamanho '12 pontos', observado o disposto nos subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3;
- IX - numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, localizada no centro do rodapé da página.
- X - sem identificação da licitante.

11.2.1. As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças e material de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.3.5.

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

- a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte 'arial', cor 'automático', tamanho '10 pontos';
- c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

11.2.2.1. As especificações do subitem 11.2 aplicam-se à indicação prevista no subitem 11.3.3.2.

11.2.3. Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- I - ser editados em cores;
- II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
- III - ter qualquer tipo de formatação de margem;
- IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

11.2.3.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser apresentadas na orientação paisagem.

11.2.4. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 11.2.

11.2.4.1. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 11.2.2 e 19.2.1 e no subitem 19.2.1.1, todos deste Edital.

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

11.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a 8 (oito) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

11.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto na alínea 'c' do subitem 9.2.4, no subitem 11.2.4.1, na alínea 'c' do subitem 19.2.1 e no subitem 19.2.1.1, todos deste Edital.

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

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

11.2.9.1. Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

11.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo I), observadas as seguintes disposições:

11.3.1. Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da DICOM/CLDF para solucionar o desafio de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no Briefing;

11.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para solucionar o desafio de comunicação e alcançar os objetivos de comunicação expressos no Briefing, compreendendo:

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

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

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

a) apresentar relação de todas as peças e/ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 11.3.2, com comentários sobre cada peça e ou material.

b) d a relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e/ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

11.3.3.1. Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas esperadas de cada peça e ou material.

11.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e/ou material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente', conforme estabelecido na alínea 'b' do subitem 11.3.3 e na alínea 'a' do subitem 11.3.3.3, a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e/ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3. Os exemplos de peças e/ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3:

- a) estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;
- b) podem ser apresentados sob a forma de:
  - b1) roteiro, leiaute e ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
  - b2) protótipo ou 'monstro', para peças destinadas a rádio e internet;
  - b3) *storyboard* animado ou *animatic*, para TV e cinema.
- c) só serão aceitos finalizados em caso de não mídia.

11.3.3.3.1. Na elaboração do *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

11.3.3.3.2. Os *storyboards* animados ou *animatics* e os protótipos ou 'monstros' poderão ser apresentados em CD, CD-Rom, DVD-Rom, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

11.3.3.3.3. Os protótipos ou 'monstros' de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

11.3.3.3.4. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e/ou *passerpartout*, observado o disposto no subitem 11.2.4.1. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

11.3.3.3.5. Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, 'monstro' internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3.

11.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea 'a' do subitem 11.3.3.3, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;
- c) peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – *outdoor*, envelopamento de veículos, adesivagem de *fingers* – entre outros), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- e) um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) um *banner* e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- g) um *hotsite* cuja página de abertura e/ou demais páginas internas

sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça.

11.3.3.4.1. Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere a alínea 'g' do subitem 11.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

- a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função das verbas referenciais indicadas no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
- b) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e/ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

11.3.4.1. Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverão constar dessa simulação.

11.3.4.2. Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de distribuição das peças e/ou material;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não mídia.

11.3.4.3. Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) deverá ser observado o disposto no § 9º do artigo 149 da Lei Orgânica do Distrito Federal;
- c) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/1965;
- d) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

#### **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA**

11.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e/ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

#### **CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

11.5. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da

primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.5.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 11.5 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

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

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento e discriminação dos prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) a 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 respectivo contratante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

## REPERTÓRIO

11.7. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.7.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no item 11.7 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

11.8. O Repertório será constituído de peças e/ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

11.8.1. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.1. As peças e/ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos, preferencialmente, a partir de 2018.

11.8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas.

11.8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

11.8.1.3.1. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

11.8.1.4. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 11.8.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea 'c' do subitem 12.3.1.

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

11.8.3. As peças e/ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pela CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

### **RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**

11.9. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.9.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

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

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

11.10.1. As propostas de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementadas, preferencialmente, a partir de 2018.

11.10.2. Se a licitante apresentar 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista na alínea 'd' do subitem 12.3.1.

11.10.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes.

11.10.3.1. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

11.10.4. É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e/ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato. Se incluídas:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em

todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

11.10.4.1. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

11.10.5. As peças e/ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pela CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

## **12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

12.1. A Subcomissão Técnica prevista no subitem 18.2 deste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

### **12.2.1. Plano de Comunicação Publicitária**

#### **12.2.1.1. Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:**

- a) das funções e do papel da DICOM-CLDF nos contextos, social, político e econômico;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da DICOM-CLDF com seus públicos;
- c) das características da DICOM-CLDF e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) do desafio de comunicação previsto no Briefing, a ser enfrentado pela DICOM- CLDF;
- f) das necessidades de comunicação da DICOM-CLDF para solucionar esse desafio.

#### **12.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária**

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos ao desafio de comunicação expresso no Briefing;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da DICOM-CLDF com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação previsto no Briefing;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a DICOM-CLDF, o contexto no qual se insere, o desafio de comunicação, seus públicos e os objetivos de comunicação previstos no Briefing;
- g) coerência entre as ações propostas e a verba disponível;
- h) elaboração do conceito e definição da estratégia em respeito ao caráter institucional da comunicação pretendida.

#### **12.2.1.3. Ideia Criativa**

- a) sua adequação ao desafio de comunicação previsto no Briefing;

- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades da DICOM-CLDF e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados;
- i) a exequibilidade das peças e/ou do material;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos.

#### 12.2.1.4. **Estratégia de Mídia e Não Mídia**

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da DICOM-CLDF;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou do material;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

#### 12.2.2. **Capacidade de Atendimento**

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

#### 12.2.3. **Repertório**

- a) a ideia criativa e sua pertinência ao desafio que a licitante se propôs a resolver;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas;

#### 12.2.4. **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

- a) a evidência de planejamento publicitário;



- b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) a relevância dos resultados apresentados;
- d) a concatenação lógica da exposição.

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

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

- a) Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)
  - a1) Raciocínio Básico: 15 (quinze)
  - a2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte e cinco)
  - a3) Ideia Criativa: 20 (vinte)
  - a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 (dez)
- b) Capacidade de Atendimento: 15 (quinze)
- c) Repertório: 10 (dez)
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez)

12.3.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, além dos atributos previstos no subitem 12.2, os seguintes critérios em cada quesito ou subquesito:

TABELA DE VALORES DOS QUESITOS E SUBQUESITOS					
Quesito	Subquesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Pontos	Bloco
Quesito: Plano de Comunicação Publicitária	Subquesito: Raciocínio Básico (A)	15	A1) das funções e do papel da DICOM-CLDF nos contextos social, político e econômico;	2,5	15
			A2) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da DICOM-CLDF com seus públicos;	2,5	
			A3) das características da DICOM-CLDF e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	2,5	
			A4) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;	2,5	
			A5) do desafio de comunicação previsto no Briefing, a ser enfrentado pela DICOM-CLDF;	2,5	
			A6) das necessidades de comunicação da DICOM-CLDF para solucionar esse desafio.	2,5	
			B1) a adequação do partido temático e do conceito propostos ao desafio de comunicação expresso no Briefing;	2,5	
			B2) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito	2,5	

			proposto;		
	Subquestito: Estratégia de Comunicação publicitária (B)	20	B3) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da DICOM-CLDF com seus públicos;	2,5	20
			B4) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação previsto no Briefing;	2,5	
			B5) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;	2,5	
			B6) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a DICOM-CLDF, o contexto no qual se insere, o desafio de comunicação, seus públicos e os objetivos de comunicação previstos no Briefing;	2,5	
			B7) coerência entre as ações propostas e a verba disponível;	2,5	
			B8) elaboração do conceito e definição da estratégia em respeito ao caráter institucional da comunicação pretendida.	2,5	
	Subquestito: Ideia Criativa (C)	20	C1) adequação ao desafio e à estratégia de comunicação previsto no Briefing;	2,5	20
			C2) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida;	2,5	
			C3) originalidade e criatividade;	2,5	
			C4) clareza da linguagem e adequação do vocabulário;	2,5	
			C5) inovação das propostas de linguagem e comunicabilidade;	2,5	
			C6) exequibilidade das peças/material apresentados;	2,5	
			C7) qualidade artística e técnica das apresentações;	2,5	
			C8) extensão e variedade de conteúdo subjetivo de qualidade (múltiplas interpretações favoráveis da ideia).	2,5	
			D1) capacidade de sustentação da campanha (consistência do plano em relação ao público-alvo);	2,5	
			D2) conhecimento e análise dos		

	Subquestito: Estratégia de Mídia e Não Mídia (D)	10	hábitos de consumo do público-alvo e dos temas abordados;	2,5	10
			D3) coerência entre as ações e os custos implicados (ex.: custo por mil);	2,5	
			D4) metodologia de aferição de resultados da campanha (ex.: custos de produção x gasto de verba de mídia).	2,5	
Quesito: Capacidade de Atendimento (E)		15	E1) porte, tradição e diversificação dos clientes atuais da licitante;	2,5	15
			E2) conceito e abrangência dos produtos e serviços de seus clientes no mercado;	2,5	
			E3) habilidade técnica da equipe e sua adequação às necessidades de comunicação da DICOM-CLDF;	2,5	
			E4) experiência em desenvolvimento de campanhas de caráter educativo, informativo ou de orientação social;	2,5	
			E5) estrutura apresentada para estabelecer parceria técnica, operacional, gerencial e de acompanhamento da execução contratual com DICOM-CLDF;	2,5	
			E6) recursos para avaliação de resultados, informações de marketing e comunicação das pesquisas de audiência e auditoria.	2,5	
Quesito: Repertório (F)		10	F1) qualidade das propostas de soluções para resolução do desafio de comunicação;	2,5	10
			F2) qualidade artística e técnica das apresentações;	2,5	
			F3) originalidade do conjunto de elementos do projeto técnico e do material apresentado;	2,5	
			F4) criatividade do conjunto de elementos do projeto técnico e do material apresentado.	2,5	
Quesito: Relatos de Solução de Problemas de Comunicação (G)		10	G1) consistência lógica da argumentação;	2,5	10
			G2) qualidade do planejamento e adequação ao desafio de comunicação;	2,5	
			G3) relevância dos resultados apresentados;	2,5	
			G4) consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	2,5	

12.3.2.1. Para obtenção das notas será utilizada a pontuação dos quesitos e subquesitos, cuja correspondência deve respeitar os blocos descritos na tabela de valores dos quesitos e subquesitos prevista no subitem 12.3.2.

12.3.2.2. A nota deverá apresentar uma casa decimal, utilizando-se o arredondamento das casas seguintes por emprego de um algarismo significativo; ou seja: valores menores do que 5 (cinco) não alteram a casa decimal. Valores superiores ou iguais a 5 (cinco) alteram a casa decimal em mais de uma unidade.

12.3.2.3. Para efeito de aferição da nota de cada quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como pontuação 6 (seis) níveis de notas, de acordo com a seguinte escala: 0,0 (nulo); 0,5 (insuficiente); 1,0 (médio inferior); 1,5 (médio); 2,0 (médio superior); 2,5 (superior).

12.3.3. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

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

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

12.3.3.3. A pontuação final da proposta técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de atendimento; Repertório; e Relatos de soluções de Problemas de comunicação.

12.3.4. Serão consideradas mais bem-classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as maiores notas.

12.4. Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- c) não obtiver pontuação em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 12.2.1.1 a 12.2.1.4 e 12.2.2. a 12.2.4 .

12.5. Se houver empate entre as licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 12.2.1, 12.2.2, 12.2.3 e 12.2.4.

12.6. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, na terceira sessão pública prevista no subitem 19.4 ou em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 21 deste Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

## **13. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO**

13.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

- a) apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b) elaborada em dois documentos distintos, descritos nos subitens 13.2 e 13.3;
- c) datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 13.2 e 13.3, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus

atos constitutivos, devidamente identificado.

13.2. A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do Anexo III.

13.3. A licitante deverá elaborar Declaração na qual:

a) Estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pelo contratante:

a1) aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;

a2) aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado;

b) comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao Contratante as vantagens obtidas.

c) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima da minuta de contrato (Anexo IV).

13.4. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência dos contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

13.5. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

#### **14. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇO**

14.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

14.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

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

a) desconto inferior a 65% (sessenta e cinco por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

b) percentual de honorários superior a 3% (três por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

c) percentual de honorários superior a 3% (três por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

d) percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, e referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja

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

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

14.3.2. A nota da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir.

14.3.3. A Comissão Especial de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Desconto / Honorário	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea 'a' do subitem 14.3	$P1 = 1 \times$ Desconto
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'b' do subitem 14.3	$P2 = 3 \times (3 -$ Honorários)
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'c' do subitem 14.3	$P3 = 3 \times (3 -$ Honorários)
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'd' do subitem 14.3	$P4 = 5 \times (5 -$ Honorários)
Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos 'desconto' e 'honorários' serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo '%'	

14.3.3.1. A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 14.3.3, como segue:  $P = P1 + P2 + P3 + P4$ .

14.3.3.1.1. A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

14.3.3.1.2. Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:

a) o maior percentual de desconto sobre o que se refere o item "a" do subquesito 14.3;

b) o menor percentual de honorários incidente sobre o que se refere o item "b" do subquesito 14.3.

14.3.3.1.3. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em sessão pública prevista no subitem 19.4 ou em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 21 deste Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

## 15. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

15.1. O julgamento final das Propostas Técnica e de Preço desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo Melhor Técnica, nos termos dos itens 12 e 14 retro.

15.2. Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas **as 3 (três) licitantes** mais bem-classificadas, no julgamento da Proposta Técnica – observado o disposto nos subitens 12.5 e 12.6 deste Edital – e que tiverem apresentado a Proposta de menor preço ou que concordarem em praticar o menor preço entre as Propostas de Preços apresentadas pelas licitantes classificadas.

## 16. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE

## HABILITAÇÃO

16.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preço, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

16.1.1. A licitante classificada no julgamento final das propostas que não apresentar os documentos de habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 17.6

16.1.2. Os Documentos deverão estar acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**Invólucro nº 5**  
**Documentos de Habilitação**  
**Nome empresarial e CNPJ da licitante**  
**Concorrência nº 01/2022-DICOM/CLDF**

16.1.3. O Invólucro nº 5 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

16.1.4. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados:

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

16.1.4.1. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Especial de Licitação.

16.2. Para habilitarem-se na presente licitação as empresas deverão apresentar a documentação relacionada abaixo:

16.2.1. Habilitação Jurídica

- I - cédula de identidade;
- II - registro comercial, no caso de empresa individual;
- III - registro no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;
- IV - prova de inscrição Estadual, Municipal ou do Distrito Federal;
- V - 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;
- VI - inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício;
- VII - decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e o ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim exigir.

16.2.2. Qualificação Técnica

- I - apresentação de atestado(s)/certidão(ões)/declaração(ões) fornecido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove(m) ter a Licitante executado serviços de publicidade, pertinentes e compatíveis com o objeto desta licitação.

II - para fins de compatibilidade, será(ão) considerado(s) o(s) atestado(s)/certidão(ões)/declaração(ões) que comprove(m) ter o licitante prestado, no mínimo, de forma concomitante, serviços de criação, execução e produção de campanhas e peças publicitárias.

III - esse(s) atestado(s)/certidão(ões)/declaração(ões), deverão conter a identificação do(s) signatário(s) e apresentar-se em papel timbrado da empresa/órgão declarante.

IV - Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232, de 2010, art. 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho-Executivo das Normas-Padrão (CENP), o certificado será validado no portal eletrônico do Conselho-Executivo das Normas-Padrão (CENP).

### 16.2.3. Qualificação Econômico-financeira

I - Certidão Negativa de falência, de concordata, de recuperação judicial ou extrajudicial (Lei nº 11.101, de 9.2.2005), expedida pelo distribuidor da sede da empresa, datado dos últimos 30 (trinta) dias, ou que esteja dentro do prazo de validade expresso na própria Certidão. No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada um dos distribuidores;

II - Balanço Patrimonial e demais demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentadas na forma da Lei devidamente registrados, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios.

a) as empresas constituídas no ano em curso poderão substituir o balanço anual por balanço de abertura, devidamente autenticado pela Junta Comercial;

b) a boa situação financeira da empresa será avaliada pelos Índices de Liquidez Geral (LG) e Liquidez Corrente (LC) e Solvência Geral (SG), resultantes da aplicação das seguintes fórmulas:

ATIVO CIRCULANTE + REALIZÁVEL A LONGO PRAZO

LG = -----

PASSIVO CIRCULANTE + EXIGÍVEL A LONGO PRAZO

ATIVO CIRCULANTE

LC = -----

PASSIVO CIRCULANTE

ATIVO TOTAL

SG = -----

PASSIVO CIRCULANTE + EXIGÍVEL A LONGO PRAZO

c) A licitante deverá apresentar resultado maior ou igual a 1 (um), em pelo menos um dos índices acima, sob pena de inabilitação. A comprovação deverá ser feita relativamente à data da apresentação da documentação, pelo balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social ou pelo Registro comercial, ato constitutivo, estatuto ou contrato social.

c.1) As Licitantes que não atingirem os índices mínimos exigidos na letra "c", deverão apresentar Capital Social mínimo ou Patrimônio Líquido mínimo correspondente a 10% do valor estimado da contratação.



- d) entenda-se por "na forma da lei":
1. sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante, acompanhado de cópia autenticada do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraída (art. 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº 486/1969);
  2. sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em Jornal de grande circulação (art. 289, caput e § 5º, da Lei nº 6.404/1976);
  3. sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro na Junta Comercial.

16.2.4. Regularidade Fiscal e Trabalhista:

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;
- b) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;
- c) Prova de regularidade com a Fazenda Federal por meio da Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativos aos Tributos Federais, inclusive contribuições previdenciárias, e a Dívida Ativa da União, expedida pelo Ministério da Fazenda/Secretaria da Receita Federal do Brasil (Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1.751/2014), com jurisdição sobre o local da sede da licitante;
- d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;
- e) Apresentar certidão Negativa de Débitos ou certidão positiva com efeito de negativa, emitida pela Secretaria de Estado de Economia do Governo do Distrito Federal, em plena validade, que poderá ser obtida através do site [www.economia.df.gov.br](http://www.economia.df.gov.br). (Inteligência do art. 173, da LODF);
- f) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
- g) Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

16.2.4.1. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

16.2.4.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

16.2.4.3. Cumprimento do disposto no art. 7º, XXXIII, da Constituição Federal:

I - declaração de que não utiliza mão de obra direta ou indireta de menores de 18 (dezoito) anos para a realização de trabalhos noturnos, perigosos ou insalubres, bem como não utiliza, para qualquer trabalho, mão de obra direta ou indireta de menores de 16 (dezesseis) anos, exceto na

condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos (conforme inciso V do art. 27 da Lei n.º 8.666/1993 - modelo Anexo V deste Edital);

16.2.4.4. DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA (Anexo VII), como condição obrigatória de participação na presente licitação.

16.3. As empresas deverão apresentar Declaração, sob as penas da lei, da superveniência de fato impeditivo para sua habilitação (exigida somente se houver fato impeditivo, conforme Anexo VI deste Edital).

16.4. As empresas cadastradas e com a situação regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF deverão apresentar somente os documentos elencados nos subitens 16.2.2, 16.2.3 "I" e "II", 16.2.4.3 e 16.2.4.4 deste Edital.

16.5. À licitante cadastrada fica facultada a apresentação, dentro do Invólucro nº 5, dos documentos destinados a substituir os eventualmente vencidos ou desatualizados, constantes da Declaração impressa do SICAF.

16.5.1. É recomendável que a licitante que tenha solicitado seu cadastramento no terceiro dia útil anterior à data de recebimento dos Documentos de Habilitação compareça à sessão de abertura com o formulário do Recibo de Solicitação de Serviço, para eventual comprovação na hipótese de seu não processamento em tempo hábil no SICAF.

16.6. A empresa cuja habilitação parcial no SICAF acusar no demonstrativo "Consulta Situação do Fornecedor", impresso na quarta sessão pública, algum documento com validade vencida, deverá inserir o respectivo documento no invólucro nº 5, em plena validade, a fim de comprovar sua regularidade.

16.7. Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

16.8. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, para este certame, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento.

## **17. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

17.1. Após o presidente da Comissão Especial de Licitação declarar o encerramento do prazo para recebimento do envelope, nenhum outro será aceito, tampouco serão permitidos quaisquer adendos, substituições ou emendas quanto à documentação apresentada.

17.2. A abertura dos Invólucros nº 5 das licitantes classificadas no julgamento final das propostas técnicas e de preço, com os Documentos de Habilitação, será iniciada no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim, em ato público, no qual se lavrará ata circunstanciada, assinada por seus membros e pelos licitantes presentes.

17.3. Não será considerada a documentação que contrarie os requisitos expressos neste Edital em seus Anexos ou em desacordo com as formalidades prescritas, sendo vedada a inclusão de informações ou documentos que deveriam constar originariamente neles.

17.4. A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação de todas as licitantes que atenderem ao disposto do item 16 e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

17.5. Quanto às licitantes que optaram por realizar sua habilitação conforme previsto no subitem 16.4 deste Edital, sua situação será verificada por meio de consulta on-line ao SICAF, que será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 8.666/1993 e da Instrução Normativa SLTI/MP nº 02/2010.

17.6. Se nenhuma licitante restar habilitada, a CLDF reabrirá a fase Habilitação, com nova convocação da licitante classificada no julgamento final das Propostas, para apresentar os respectivos Documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

17.7. A Comissão Especial de Licitação, após a abertura dos envelopes relativos à documentação de habilitação poderá, a seu critério exclusivo, suspender a reunião a fim de que tenha melhores condições de analisar os documentos apresentados, divulgando posteriormente, através de publicação no Diário Oficial do Distrito Federal, o resultado da habilitação.

## **18. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

18.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

18.2. As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

18.3. A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

18.3.1. A relação dos nomes referidos no subitem 18.3 deste Edital será publicada pela Comissão Especial de Licitação no Diário Oficial do Distrito Federal, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

18.3.2. O sorteio será processado pela Comissão Especial de Licitação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, nos termos do subitem 18.3.

18.3.3. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 18.3, mediante a apresentação à Comissão Especial de Licitação de justificativa para a exclusão.

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

18.3.5. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 18.

18.3.5.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 18.3.

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

18.3.6. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 18.3.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

18.3.7. Os nomes remanescentes da relação dos membros com vínculo e dos membros sem vínculo, após sorteio dos 3 (três) membros da Subcomissão Técnica, serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

## **19. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS**

19.1. Serão realizadas 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

19.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 8.1 deste Edital.

19.1.2. Todas as propostas serão rubricadas pela Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

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

19.1.3. A Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da CLDF relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

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

19.1.5. O julgamento das Propostas Técnicas e de Preço e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.

19.1.6. A Comissão Especial de Licitação poderá suspender as sessões de abertura das Propostas de Preço e de recebimento e abertura dos Documentos de Habilitação a fim de ter melhores condições de analisar e decidir em cada caso.

19.1.7. A Comissão Especial de Licitação poderá solicitar parecer técnico, de pessoas físicas ou jurídicas, para orientar sua decisão, exceto no tocante às pontuações e notas atribuídas pela Subcomissão Técnica às Propostas Técnicas.

19.1.8. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

19.1.9. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Especial de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

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

19.1.11. Se os invólucros das licitantes desclassificadas ou inabilitadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados do encerramento desta concorrência – após transcorrer o prazo para interposição de recurso contra o resultado final da licitação ou ter havido a sua desistência ou, ainda, terem sido julgados os recursos interpostos. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, a CLDF providenciará sua destruição.

## **PRIMEIRA SESSÃO**

19.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 2.1 deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital;
- b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

19.2.1. O(s) Invólucro(s) nº 1, com a(s) via(s) não identificada(s) do(s) Plano(s) de Comunicação Publicitária, só será(ão) recebido(s) pela Comissão Especial de Licitação se não:

- a) estiver(em) identificado(s);
- b) apresentar(em) marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;

- c) estiver(em) danificado(s) ou deformado(s) pelas peças, material e ou demais documentos nele(s) acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2.

19.2.1.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 19.2.1, a Comissão Especial de Licitação não receberá o(s) Invólucro(s) nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

19.2.2. A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Especial de Licitação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 1;
- c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 21 deste Edital.

19.2.2.1. A Comissão Especial de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 19.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

19.2.2.2. Se, ao examinar e/ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão Especial de Licitação e/ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência que possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão Especial de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

19.2.3. A Comissão Especial de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

19.2.4. Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Especial de Licitação.

19.2.5. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Especial de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade de acordo com o previsto no subitem 19.2.6 e seguintes.

19.2.5.1. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Especial de Licitação pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 22.

19.2.6. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados os seguintes procedimentos:

- a) encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

- d) encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Licitação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

19.2.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea 'a' do subitem 12.4 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

19.2.6.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros nº 2.

19.2.7. As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 19.2.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

## SEGUNDA SESSÃO

19.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 2;
- c) cotejar as vias não identificadas (Invólucro(s) nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do(s) Plano(s) de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- f) executar o sorteio previsto no subitem 12.6, quando for o caso;
- g) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'b', da Lei nº 8.666/1993;

19.3.1. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Especial de Licitação.

## TERCEIRA SESSÃO

19.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda,

tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21 deste Edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preço, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preço e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnica e de Preço as licitantes mais bem-classificadas na Proposta Técnica que tiverem suas Propostas de Preço consideradas classificadas;
- f) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'b', da Lei nº 8.666/1993.

19.4.1. Caso ocorra a situação prevista no subitem 12.5, o sorteio poderá ocorrer nessa terceira sessão ou em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 21 deste Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

#### **QUARTA SESSÃO**

19.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21 deste Edital, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber e abrir os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
- e) informar:
  - e1) o resultado da habilitação;
  - e2) que o resultado da habilitação será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei nº 8.666/1993;
  - e3) que será publicado na forma do item 21 deste Edital o nome das 3 (três) licitantes vencedoras desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

19.5.1. Será impressa a Declaração referente à situação de cada licitante que optou por comprovar sua habilitação parcial via SICAF, conforme previsto nos subitens 16.3 a 16.5 deste

Edital, a qual será assinada pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

19.5.1.1. Se alguma licitante for inabilitada em decorrência de irregularidade constatada quando da consulta ao SICAF e comprovar, exclusivamente mediante a apresentação do formulário do Recibo de Solicitação de Serviço, ter entregado a documentação à sua Unidade Cadastradora no prazo regulamentar, a Comissão Especial de Licitação suspenderá os trabalhos e comunicará o fato à Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação, do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, gestor do SICAF.

19.5.2. O Recibo de Solicitação de Serviço apresentado deverá estar com os campos relativos à documentação complementar exigida para habilitação parcial ou atualização de documentos de habilitação parcial preenchidos, conforme o caso.

## **20. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO**

20.1. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência pelo Secretário-Geral da Câmara Legislativa do Distrito Federal e, assim, aprovará a adjudicação do seu objeto às licitantes vencedoras.

## **21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS**

21.1. A juízo da Comissão Especial de Licitação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Distrito Federal é obrigatória:

- a) nas sessões de abertura de invólucros;
- b) no Diário Oficial do Distrito Federal;
- c) no Diário da Câmara Legislativa do Distrito Federal;
- d) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

## **22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

22.1. Eventuais recursos referentes à presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida ao Secretário-Geral da CLDF por intermédio da Comissão Especial de Licitação-CEL/CLDF, situada no Eixo Monumental, Praça Municipal, Quadra 02, Lote 05, Térreo Inferior, Edifício Sede da Câmara Legislativa do Distrito Federal, Brasília/DF.

22.2. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis.

22.3. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Especial de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) ao Secretário-Geral da CLDF, que decidirá em 5 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

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

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

22.6. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a autoridade competente – motivadamente e se houver interesse público – atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

## **23. VALOR DA CONTRATAÇÃO E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**



23.1. As despesas com os contratos resultantes desta concorrência, pelos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em: R\$ 35.600.000,00 (trinta e cinco milhões e seiscentos mil reais).

23.2. As despesas decorrentes do presente procedimento licitatório correrão à conta de dotação orçamentária própria da CLDF, Programa de Trabalho: 0103182048505 – Publicidade e Propaganda; Subtítulo: 0020 – Publicidade e Propaganda - Institucional - CLDF; Elemento de Despesa: 339039 – Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica / Programa de Trabalho: 0103182048505 – Publicidade e Propaganda; Subtítulo: 8756 – Publicidade e Propaganda - Utilidade Pública - CLDF; Elemento de Despesa: 339039 – Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica.

23.3. A Câmara Legislativa do Distrito Federal-CLDF se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

23.4. No interesse do Contratante, a Contratada ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto nos §§ 1º e 2º do artigo 65 da Lei nº 8.666/1993 e alterações posteriores.

## **24. CONDIÇÕES CONTRATUAIS**

24.1. As licitantes vencedoras terão o prazo de até 10 (dez) dias, contado a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo IV, e o prazo de até 20 (vinte) dias, contado a partir da data de assinatura do contrato, para apresentar a garantia prevista no subitem 25.1 deste Edital.

24.1.1. Se alguma licitante vencedora não comparecer, nos prazos estipulados no subitem 24.1, para assinar o respectivo contrato e apresentar o comprovante da prestação da garantia contratual, poderão ser convocadas as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato e/ou apresentar a garantia, ou esta concorrência poderá ser revogada, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.

24.2. Os contratos para a execução dos serviços objeto deste Edital terão duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

24.2.1. Esse prazo poderá ser prorrogado, a juízo de cada contratante, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do artigo 57 da Lei nº 8.666/1993 e alterações posteriores.

24.3. Cada contratante poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à contratada qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei nº 8.666/1993 e alterações posteriores, e no contrato a ser firmado entre as partes, com a exceção do que estabelece o artigo 79, § 2º, da referida Lei.

24.4. A rescisão do contrato acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte do contratante, a retenção dos créditos decorrentes do contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste Edital e em lei, até a completa indenização dos danos.

24.5. Às contratadas poderão ser aplicadas as sanções e penalidades estabelecidas no Decreto Distrital nº 26.851, de 23 de maio de 2006, e alterações posteriores, que regula aplicação de sanções administrativas da Lei Federal nº 8.666/1993 no âmbito da Administração Direta, Autárquica, Fundacional e das Empresas Públicas do Distrito Federal.

24.6. Será da responsabilidade das contratadas o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

24.7. Obrigam-se também as contratadas por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhes venham a ser atribuídas por força de lei,

relacionadas com o cumprimento do presente Edital e dos contratos que vierem a ser assinados.

24.8. As contratadas, independentemente de solicitação, deverão prestar esclarecimentos ao respectivo contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que as envolvam.

24.9. As contratadas só poderão divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta concorrência, que envolva o nome do respectivo contratante, se houver expressa autorização deste.

24.10. É vedado às contratadas caucionar ou utilizar os contratos resultantes da presente concorrência para qualquer operação financeira.

24.11. As contratadas se obrigam a manter, durante toda a execução dos contratos, em compatibilidade com as obrigações por elas assumidas, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o artigo 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

24.12. A CONTRATANTE avaliará os serviços prestados pelas CONTRATADAS, pelo menos, dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses, nos termos do subitem 7.11 da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo IV).

24.13. Cada contratada centralizará o comando do serviço de publicidade prestado a seu respectivo contratante no Distrito Federal, onde, para esse fim, manterá sede, escritório ou sucursal, observado o disposto nos subitens 5.1.2 e 5.1.2.1 da Cláusula Quinta da minuta de contrato (Anexo IV). A seu juízo, as contratadas poderão utilizar-se de suas matrizes ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

24.13.1. No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura dos respectivos contratos, cada contratada deverá comprovar que possui, no Distrito Federal, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao respectivo contratante, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:

- a) 2 (dois) na área de atendimento;
- b) 1 (um) na área de planejamento;
- c) 1 (uma) dupla na área de criação;
- d) 2 (dois) nas áreas de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica;
- e) 2 (dois) na área de mídia.

24.14. Durante a execução do contrato fica vedado o uso de conteúdo discriminatório contra a mulher, que incentive a violência ou que exponha a mulher a constrangimento; homofóbico ou qualquer outro que represente qualquer tipo de discriminação, especialmente voltados contra minorias em condições de vulnerabilidade, sob pena de rescisão do contrato e aplicação de multa, sem prejuízo de outras sanções cabíveis, nos termos do que dispõe a Lei nº 5.448/2015, regulamentada pelo Decreto Distrital nº 38.365/2017. (Parecer 57/2018 – PRCON/PGDF).

24.15. A Contratada se obriga a implementar, caso ainda não tenha, o Programa de Integridade da Empresa, nos termos da Lei Distrital nº 6.112/2018.

24.15.1. O Programa de Integridade consiste no âmbito de uma pessoa jurídica, no conjunto de mecanismos e procedimentos internos de integridade, auditoria, controle e incentivo à denúncia de irregularidades e na aplicação efetiva de códigos de ética e de conduta, políticas e diretrizes com o objetivo de detectar e sanar desvios, fraudes, irregularidades e atos ilícitos praticados contra a Administração Pública do Distrito Federal.

24.16. Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pelas

respectivas licitantes vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência.

24.17. A Contratada responsabiliza-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

24.17.1. No tocante ao recolhimento dos encargos sociais incidentes sobre a folha de pagamento dos empregados, a comprovação por parte da CONTRATADA deverá ser realizada mês a mês, nos termos da Lei Distrital nº 5.087/2013.

24.18. A Contratada se obriga a não fazer uso de mão de obra infantil, nos termos da Lei Distrital nº 5.061/2013.

24.19. A contrata deve adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no artigo 3º da Lei nº 8.666/1993, regulamentada pelo Decreto Federal nº 7.746/2012 e Lei Distrital nº 4.770/2012.

## **25. GARANTIA**

25.1. Será exigida de cada licitante vencedora prestação de garantia, em cada contrato que vier a ser assinado e em favor do respectivo contratante, correspondente a 5% (cinco por cento) do valor do contrato e as posteriores renovações, se houver, podendo optar por uma das modalidades previstas no artigo 56 da Lei nº 8.666/1993, à escolha de cada licitante vencedora:

- a) caução em dinheiro, ou em títulos da dívida pública, devendo estes ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda (redação dada pela Lei nº 11.079, de 2004);
- b) seguro-garantia; ou
- c) fiança bancária.

25.2. Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito poderá ser feito na rede bancária, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do § 4º do art. 56 da Lei nº 8.666/1993.

25.3. Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:

- a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de trinta dias;
- b) a apólice deverá indicar seu respectivo contratante como beneficiário;
- c) não será aceita apólice que contenha cláusula contrária aos interesses do respectivo contratante.

25.4. Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:

- a) prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de 30 (trinta) dias;
- b) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento ao respectivo contratante, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
- c) renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro;
- d) cláusula que assegure a atualização do valor afiançado, de acordo com o previsto neste Edital.

25.5. Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

- a) ter valor de mercado correspondente ao valor garantido e ser

reconhecido pelo Governo Federal, constando entre aqueles previstos na legislação específica;

b) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, podendo o respectivo contratante recusar o título ofertado, caso verifique a ausência desses requisitos.

25.6. A garantia prestada pela contratada será liberada ou restituída após o término da vigência do contrato de que é signatária, no prazo de 30 (trinta) dias úteis, contados da respectiva solicitação, mediante solicitação da contratada e a certificação pelo Executor do contrato de que os serviços foram realizados a contento.

25.7. Se o valor da garantia for utilizado em pagamento de quaisquer obrigações, inclusive indenização a terceiros, a contratada se obriga a fazer a respectiva reposição, no prazo máximo e improrrogável de 10 (dez) dias úteis, a contar da data em que for notificada pelo respectivo contratante.

25.8. Se houver acréscimo ao valor do contrato, a contratada se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, a contar da data que for notificada pelo respectivo contratante.

## **26. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO**

26.1. A remuneração a cada contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da minuta de contrato (Anexo IV).

26.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da minuta de contrato (Anexo IV) e as disposições do Decreto Distrital nº 32.598/2010.

26.3. Os pagamentos a cada contratada serão feitos, exclusivamente, mediante crédito em conta corrente, em nome do beneficiário junto ao Banco de Brasília S/A – BRB. Para tanto deverá apresentar o número da conta corrente e agência em que deseja receber seus créditos.

## **27. FISCALIZAÇÃO**

27.1. A contratante nomeará Comissão Executora Permanente para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato resultante desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção, nos termos do artigo 67 da Lei 8.666/93 e alterações posteriores, e Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo IV).

## **28. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

28.1. Pelo descumprimento de quaisquer cláusulas ou condições deste edital, serão aplicadas as penalidades estabelecidas no Decreto Distrital nº 26.851, de 23 de maio de 2006, e alterações posteriores, que regula aplicação de sanções administrativas da Lei Federal nº 8.666/1993 no âmbito da Administração Direta, Autárquica, Fundacional e das Empresas Públicas do Distrito Federal.

28.2. A aplicação das sanções de natureza pecuniárias e restritivas de direito pelo cumprimento das normas previstas neste edital e dos contratos dele decorrentes, bem como pela prática das condutas tipificadas nos arts. 81, 86, 87 e 88 da Lei 8.666/93 e artigo 7º da Lei 10.520/2002, também obedecerão às prescrições do Decreto nº 26.851/2006 e alterações posteriores.

28.3. O descumprimento total ou parcial das disposições deste Edital ou das obrigações assumidas no contrato, sem justificativa aceita pelo Contratante, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e no contrato a ser firmado entre as partes nos termos Cláusula Décima Terceira da minuta do Contrato (Anexo IV).

28.4. Além disso, por descumprimento de deveres e obrigações na fase externa do procedimento licitatório, bem como nos procedimentos para assinatura dos contratos, as

licitantes e adjudicatárias ficarão sujeitas, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal, assegurada a prévia e ampla defesa, às seguintes penalidades, cumulativamente ou não, no que couber:

**28.4.1. Advertência;**

28.4.1.1. Advertência é o aviso por escrito, emitido pelo CLDF quando a licitante ou a adjudicatária descumprir qualquer obrigação.

**28.4.2. Para a fase externa da licitação, multa de:**

**a) 0,002% (dois milésimos por cento)** sobre o valor estimado da licitação em caso de desistência expressa e voluntária em continuar no certame após o credenciamento na sessão de abertura;

**b) 0,005% (cinco milésimos por cento)** sobre o valor estimado da licitação em caso de abandono injustificado do certame, incluindo-se neste caso a omissão em responder questionamentos da Comissão Especial de Licitação ou deixar de cumprir prazos de envio de documentos complementares.

28.4.2.1. A multa será formalizada por publicação no Diário da Câmara Legislativa, na forma do artigo 65, § 8º, da Lei Federal nº 8.666/1993 e será executada após regular processo administrativo, nos termos da Lei.

28.4.2.2. Se a multa aplicada for superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá a contratada pela sua diferença, devidamente atualizada pelo INPC ou equivalente, com desconto dos pagamentos eventualmente devidos pela Administração, ou cobrados judicialmente.

28.4.2.3. O atraso, para efeito de cálculo de multa, será contado em dias corridos, a partir do dia seguinte ao do vencimento do prazo de entrega, se dia de expediente normal, ou no primeiro dia útil seguinte.

28.4.2.4. As multas aplicadas deverão ser recolhidas diretamente à conta corrente da CONTRATANTE, no prazo de quinze dias corridos, contados da publicação do ato de punição. Não ocorrendo o pagamento, a CONTRATANTE promoverá, mediante prévio procedimento administrativo, desconto nos pagamentos eventualmente devidos à CONTRATADA, ou da garantia oferecida. Fica ressalvado o direito da CONTRATANTE de exigir o valor judicialmente, nos termos dos §§ 2º e 3º do art. 86 da Lei nº 8.666/93, caso venha a ser necessário, acrescido de juros moratórios de 1% (um por cento) ao mês.

28.4.3. Poderá ser aplicada penalidade de **suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração**, pelo prazo de até 2 (anos) anos, sem prejuízo das multas previstas nas cláusulas deste edital, ao licitante ou à adjudicatária que descumprir com as regras legais e editalícias, com dosimetria balizada pelo seguinte rol exemplificativo de condutas e períodos sancionatórios:

- a) Abandonar o certame antes da fase de classificação técnica: 1 (um) mês;
- b) Abandonar o certame após a fase de classificação técnica: 2 (dois) meses;
- c) Deixar de entregar documentação exigida para o certame: 2 (dois) meses;
- d) Não celebrar o contrato, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta: 4 (quatro) meses;
- e) Apresentar documentação falsa: 24 (vinte e quatro) meses;
- f) Não manter a proposta: 4 (quatro) meses;
- g) Provocar tumulto aos procedimentos licitatórios: 12 (doze) meses;
- h) Cometer fraude: 24 (vinte e quatro) meses;
- i) Comportar-se de modo inidôneo: 24 (vinte e quatro) meses;
- j) Cometer fraude fiscal: 24 (vinte e quatro) meses.

28.4.4. A licitante ou a adjudicatária poderá ser **declarada inidônea para licitar ou contratar com a Administração** quando, sem justa causa, deixar de cumprir as obrigações assumidas, praticando falta grave, dolosa ou revestida de má-fé. A declaração de inidoneidade terá efeito enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a apenada ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após

decorrido o prazo da eventual sanção de suspensão e de impedimento aplicada.

28.5. Em qualquer caso, a licitante ou a CONTRATADA será notificada **no endereço eletrônico (e-mail)** registrado no credenciamento realizado na primeira sessão pública da licitação para apresentação opcional de defesa prévia, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contados da notificação, que será presumida no primeiro dia útil seguinte ao envio do e-mail pela Administração.

28.6. A aplicação das sanções e seus registros nos cadastros públicos são antecedidos de publicação no Diário da Câmara Legislativa – DCL, nos casos de advertências e multas, e, para as demais sanções, também no Diário Oficial do Distrito Federal – DODF.

28.7. É de responsabilidade das LICITANTES a perene atualização dos seus registros perante a Comissão Especial de Licitação, e das CONTRATADAS a atualização de seus dados cadastrais junto aos representantes da CLDF responsáveis pela gestão e fiscalização do contrato, em especial o endereço eletrônico (e-mail).

28.8. As penalidades previstas neste Edital são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.

## **29. DISPOSIÇÕES FINAIS**

29.1. É facultada à Comissão Especial de Licitação ou autoridade superior, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preço ou dos Documentos de Habilitação.

29.1.1. A Comissão Especial de Licitação ou autoridade superior deverão adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.

29.2. A Comissão Especial de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que as agências classificadas no julgamento das Propostas Técnicas disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta concorrência.

29.2.1. A Comissão Especial de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.

29.3. Até a assinatura dos contratos, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas ou inabilitadas se a CLDF tiver conhecimento de fato desabonador às suas classificações ou às suas habilitações, conhecido após o julgamento de cada fase.

29.3.1. Se ocorrer a desclassificação ou a inabilitação de licitante vencedora por fatos referidos no subitem precedente, a CLDF poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pela primeira classificada ou revogar a licitação independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.

29.4. Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo respectivo contratante.

29.5. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

29.6. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a CLDF comunicará os fatos verificados à Procuradoria-Geral da Câmara Legislativa do Distrito Federal, para as providências devidas.

29.7. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-

se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis conforme a Lei nº 8.666/1993 e alterações posteriores, como as promovidas pela Lei nº 14.133/2021.

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

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

29.10. Correrão por conta de cada contratante as despesas que incidirem sobre a formalização dos contratos, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Distrito Federal, na forma prevista no artigo 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.

29.11. Na contagem dos prazos estabelecidos nesta Lei, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento, e considerar-se-ão os dias consecutivos, exceto quando for explicitamente disposto em contrário. Só se iniciam e vencem os prazos em dia de expediente no órgão ou na entidade.

29.12. As questões suscitadas por este Edital que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro de Brasília/DF, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

29.13. Havendo irregularidades neste instrumento, entre em contato com a Ouvidoria da Câmara Legislativa do Distrito Federal, por meio do Telefone: 3348-8315.

29.14. Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) Anexo I: Briefing;
- b) Anexo II: Modelo de Procuração;
- c) Anexo III: Declarações quanto à Proposta de Preço;
- d) Anexo IV: Minuta de Contrato;
- e) Anexo V: Modelo de Declaração – artigo 27, V, da Lei nº 8.666/1993;
- f) Anexo VI: Modelo de Declaração de Superveniência de Fatos Impeditivos;
- g) Anexo VII: Modelo de Declaração de Elaboração Independente de Proposta;
- h) Anexo VIII: Decreto nº 26.851, de 30 de maio de 2006;
- i) Anexo IX: Projeto Básico.

Brasília-DF, 13 de junho de 2022.

Dirceu Falcão da Mota Neto

Presidente da CEL/CLDF

Daniel Luchine Ishihara  
Membro da CEL/CLDF

Jéssica Gonçalves da Silva  
Membro da CEL/CLDF

Diogo Carneiro Ferreira  
Membro da CEL/CLDF

Natani Leal Coriolano  
Membro da CEL/CLDF

# EDITAL DA CONCORRÊNCIA Nº 01/2022-DICOM/CLDF

## ANEXO I - BRIEFING

### INFORMAÇÕES GERAIS

Somente após 30 anos desde a sua inauguração, Brasília pôde exercer sua autonomia política de forma integral, por força da promulgação da Constituição Federal de 1988, que estabeleceu:

Art. 32. O Distrito Federal, vedada sua divisão em Municípios, rege-se por lei orgânica, votada em dois turnos com interstício mínimo de dez dias, e aprovada por dois terços da Câmara Legislativa, que a promulgará, atendidos os princípios estabelecidos nesta Constituição.

Desse modo, em 1990, o Distrito Federal pôde escolher pelo voto direto os seus representantes e em 1º de janeiro de 1991, a Câmara Legislativa foi instalada no Distrito Federal. Foi nesta data que, pela primeira vez, 24 Deputados Distritais tomaram posse.

As sessões ocorrem ordinariamente de 1º de fevereiro a 30 de junho e de 1º de agosto a 15 de dezembro e, extraordinariamente, nos casos previstos na Lei Orgânica. O Poder Legislativo é exercido no Distrito Federal pela Câmara Legislativa, composta por Deputados Distritais, representantes do povo, eleitos e investidos na forma da legislação federal, e organizada em órgãos (Mesa Diretora, Corregedoria, Ouvidoria, Comissão Representativa, Comissões Temáticas e Procuradoria Especial da Mulher, dentre outros).

Compete à Câmara Legislativa do Distrito Federal propor e aprovar leis, emendar a Lei Orgânica, promulgar leis nos casos de silêncio do Governador, expedir decretos legislativos e resoluções, além de apreciar vetos. Compete, ainda, fiscalizar e controlar os atos do Poder Executivo, incluídos os da administração indireta, contando, para tanto, com o auxílio do Tribunal de Contas do DF.

Como o Distrito Federal absorve as funções de estado e de município, sua Casa Legislativa atua como um misto de Assembleia Estadual e Câmara Municipal. Nesse cenário, a comunicação da Câmara Legislativa do Distrito Federal exerce um importante papel de interlocução entre os desejos e necessidades da população do DF e todo o processo de criação e aprovação de leis desta unidade da federação.

A Diretoria de Comunicação Social (DICOM), vinculada à Vice-Presidência da Casa, é o setor responsável por coordenar as ações de comunicação nas áreas de jornalismo, relações públicas e publicidade, contemplando também o planejamento e a execução das ações da TV Distrital. Para isso, suas ações devem obedecer a critérios de sobriedade e transparência, eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos, estabelecendo e supervisionando a adequação das diversas mensagens para os públicos.

### A COMUNICAÇÃO DA CÂMARA LEGISLATIVA COMO INSTRUMENTO SOCIAL

A Comunicação da Câmara Legislativa do Distrito Federal é uma ferramenta de fundamental importância para a ampliação do debate público, onde se estabelece um instrumento de abertura para a discussão e a possibilidade de dar voz às múltiplas faces da sociedade.

As novas tecnologias da informação, com o fortalecimento das mídias sociais na internet, ampliam ainda mais esse espaço, em que se quebra o paradigma da comunicação como simples fluxo informacional entre emissor ativo e receptor passivo, passando todos os atores sociais a serem emissores e receptores comunicacionais, onde a gestão de comunicação encontra-se no lugar de intermediar e direcionar o fluxo desta comunicação.

Esse fluxo de informação segue um planejamento de comunicação que deve ser endereçado a todos os públicos. A informação constitui o canal por meio do qual a Casa



presta contas à sociedade a respeito do trabalho realizado. Além disso, a Câmara Legislativa também deve participar de esforços de difusão de temas sociais e de utilidade pública, abrindo diálogo sobre questões relevantes para a sociedade.

A política de Comunicação Social da Câmara Legislativa, por meio de ações jornalísticas, de relações públicas e de publicidade e propaganda, é pautada por contemplar a amplitude e a diversidade do universo a que se dirige. Para atingir esse objetivo, podem ser utilizados os mais variados meios disponíveis, privilegiando critérios técnicos de aferição de audiência e alcance, para fazer da transparência a regra primordial pela qual as atividades exercidas pelos deputados, no plenário e nas comissões, sejam levadas ao público externo. Como todo o trabalho da Casa influi diretamente na vida da população, as demandas por informação exigem que a comunicação seja uma necessidade a ser suprida com regularidade e eficiência.

As ações de publicidade e comunicação social da Câmara Legislativa do Distrito Federal, estão conceituadas com as seguintes espécies e conceitos:

a) – PUBLICIDADE LEGAL: destina-se a dar conhecimento dos balanços, atas, editais, decisões, avisos e outras informações da Câmara Legislativa com o objetivo de atender a prescrições legais. Compete à DICOM elaborar as peças de todos os atos legais produzidos pela Câmara Legislativa para serem publicados em veículos de grande circulação, conforme legislação federal e distrital. O conteúdo da publicidade legal será fornecido à DICOM pelos setores responsáveis, e ficará a cargo dessa diretoria o encaminhamento e acompanhamento das informações para publicação.

b) – PUBLICIDADE INSTITUCIONAL: divulga atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados da Câmara Legislativa, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e fortalecer a Casa enquanto instituição pública, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas para o Distrito Federal.

c) – PUBLICIDADE DE UTILIDADE PÚBLICA divulga direitos, produtos e serviços colocados à disposição dos cidadãos, a fim de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para adotar comportamentos que lhe tragam benefícios individuais ou coletivos e que melhorem a sua qualidade de vida.

O foco da Comunicação Social da Câmara Legislativa é a eficácia e a eficiência do investimento publicitário. Esse objetivo é atingido por meio da priorização de veículos de comunicação que tenham comprovado alcance junto à população, com a utilização de critérios técnicos de aferição de audiência e retorno desse investimento. Poderá ser utilizada, com a devida justificativa e respeitando os critérios técnicos, a veiculação em veículos que atinjam públicos segmentados específicos.

Por fim, a Câmara Legislativa do Distrito Federal foi criada com a função primordial de elaborar as leis para o desenvolvimento do DF, influenciando na melhoria da qualidade de vida dos seus habitantes, assim como fiscalizar os atos e as ações do Poder Executivo. É por esse motivo que é necessário que a transparência seja uma característica permanente em todos os níveis comunicacionais.

## DA COMUNICAÇÃO NO PODER LEGISLATIVO

A Comunicação do Poder Legislativo reveste-se de uma particularidade que deve ser observada desde sua concepção até o momento de escolha dos meios para sua divulgação.

O Poder Executivo tem como objeto de sua comunicação elementos tangíveis e visíveis, podendo, portanto, comunicar-se, de forma explícita, com o cidadão mostrando obras, ações e benefícios reais e práticos para a população. Já o Poder Legislativo tem como objeto elementos com menos tangibilidade, mesmo que se revertam de forma concreta em benefícios para a sociedade. Suas leis, ações e projetos de iniciativa própria devem ser perfeitamente compreendidos como fundamentais para defender e atender aos interesses da população.

É fato que o Legislativo é o poder mais próximo à realidade do dia-a-dia do cidadão e portanto, assim deve ser entendido: como vetor de cidadania e essencial para melhoria de vida dos grupos sociais em toda sua multiplicidade.

O fato de a Câmara Legislativa do Distrito Federal ser composta por um corpo multipartidário, com visões muitas vezes divergentes, representa um grande desafio para sua comunicação. Ao mesmo tempo em que deve ser absorvida como coesa e orientada em sentido único, também deve ser agregadora e apta a abarcar em seu arcabouço a voz de toda a diversidade social.

## SITUAÇÃO GERAL

As ações de Comunicação Social da Câmara Legislativa do Distrito Federal são realizadas para divulgar as atividades e a atuação do Poder Legislativo, bem como estimular a população a participar das tomadas de decisão de interesse da sociedade brasileira. A participação popular é, afinal, um dos pilares da democracia. As ações de comunicação social apresentarão os avanços decorrentes do trabalho da Câmara Legislativa, explicitando o caráter aberto e receptivo de uma verdadeira Casa do Povo. Por isso, torna-se necessária uma estratégia consistente e sólida, englobando os meios de comunicação internos (página na internet, Diário da Câmara Legislativa, TV Distrital, jornal institucional, rádio, entre outros) e externos (emissoras de rádio e de televisão abertas e a cabo, jornais diários e alternativos, revistas, outdoors, blogs, portais, mídias sociais na internet, entre outros).

Integra a estratégia de comunicação o apoio institucional e/ou financeiros da Câmara Legislativa, bem como a participação da instituição em eventos culturais, para divulgar as atividades do Poder Legislativo, na forma prevista na Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela Administração Pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de publicidade e propaganda.

A comunicação da Câmara Legislativa do Distrito Federal é pautada pelo princípio constitucional da publicidade e do direito à informação da população. E tem o objetivo de divulgar, com transparência, os seus papéis, ações e serviços colocados à disposição dos cidadãos, conforme preceitua o artigo 258 da LODF:

A comunicação é bem social a serviço da pessoa humana, da realização integral de suas potencialidades políticas e intelectuais, garantido o direito fundamental do cidadão a participar dos assuntos da comunicação como maiores interessados por seus processos, formas e conteúdo.

## SITUAÇÃO ESPECÍFICA

Desde o início da atual legislatura, diversas foram as ações no sentido de modernizar a Câmara Legislativa e consolidar a transparência como valor fundamental em todos os aspectos da atuação legislativa. Entre as ações estão:

### **Novo Portal CLDF**

Em 2020, foi lançado o Novo Portal da Câmara Legislativa do Distrito Federal, fruto de um trabalho multidisciplinar em que buscou-se aprimorar a capacidade do cidadão em interagir e conhecer em tempo real as ações da CLDF, aplicando conceitos de navegabilidade, responsividade e interação.

A nova arquitetura de informação facilitou, por exemplo, o acesso ao trabalho das Comissões Temáticas - que agora contam com menu exclusivo - e aos perfis dos deputados, que passam a ser exibidos com destaque na página principal. Documentos mais acessados, tais como Ordem do Dia e Diário da Câmara Legislativa, contam com links de acesso rápido. Serviços como Ouvidoria, Portal SEI, e-Democracia, Portal Dados Abertos e a TV Distrital

estão facilmente acessíveis. O novo portal permitiu maior interação com as redes sociais da Casa. Além de trazer atalhos para os perfis da CLDF no Facebook, Instagram, Twitter, YouTube e Flickr, as notícias produzidas podem ser compartilhadas direto do portal.

### **Implantação do Painel Eletrônico e do Processo Legislativo Eletrônico (PLE)**

Foi inaugurado o Painel Eletrônico de Votações que ampliou a transparência e agilidade do trabalho legislativo. Entre as diversas funcionalidades, estão os registros de votos e registro de presenças e ausências, que possibilita a conclusão de processo de votação em segundos, além de facilitar o acesso da população à informação relativa aos trabalhos legislativos da Casa.

O Sistema do Processo Legislativo Eletrônico (PLE) contribui para otimizar a gestão dos procedimentos relativos à tramitação de proposições, totalmente em ambiente virtual.

Além da facilidade no acompanhamento, o cidadão pode cadastrar e receber, pelo smartphone, informações sobre a tramitação de projetos de seu interesse ou de sua comunidade, concentrando na mesma plataforma a tramitação de matérias desde a sua proposição até a sanção do governador.

### **Novo Portal da Transparência e Sistema de Verbas Indenizatórias**

O Novo Portal da Transparência, também lançado em 2020, é um espaço para acompanhar como o Legislativo do Distrito Federal emprega seus recursos orçamentários. A ferramenta torna a fiscalização mais simples, com informações organizadas por assunto e temas. Nele, o cidadão pode ver os dados em forma de painéis navegáveis e mais intuitivos.

No Portal da Transparência, estão gráficos dos gastos de verba indenizatória, do mapa dos recursos humanos, informações sobre contratos com empresas e licitações. Além disso, também é possível pesquisar a situação das proposições e projetos em tramitação e utilizar a superbusca, ferramenta que facilita a pesquisa dentro de todo o site. O objetivo é que o cidadão possa saber onde e como estão sendo investidos os recursos de forma clara e para qual finalidade o recurso está sendo executado.

O Sistema de Verbas Indenizatórias permite o acompanhamento dos recursos destinados ao ressarcimento de despesas relacionadas às atividades dos mandatos parlamentares, para que o cidadão possa também acompanhar com mais agilidade e transparência a aplicação dessas verbas.

### **Agência de Notícias**

Voltada à cobertura jornalística das atividades institucionais do parlamento local, a Agência CLDF é um meio de divulgação de notícias tanto no Portal como nas redes sociais da Casa. Representa um canal aberto a contribuir com veículos de imprensa e assessorias parlamentares e a informar aqueles que desejam participar mais efetivamente do exercício democrático.

A Agência CLDF existe para ser fonte primária, confiável e acessível de informações sobre a Câmara Legislativa. O objetivo é levar ao conhecimento público, de forma simples e didática, todo o trâmite legislativo: do projeto apresentado à lei publicada; da análise pelas comissões até a votação em plenário.

### **Aplicativo Agora é Lei**

Aplicativo para consulta das cerca de 6.600 leis distritais aprovadas pela Câmara Legislativa, reunindo toda a legislação produzida pela Casa, desde sua implantação há mais de 30 anos.

No aplicativo, as leis podem ser consultadas por temas, autoria (dos mais de 120 parlamentares que já passaram pela CLDF), data e número.

O aplicativo permite que o cidadão pesquise com facilidade as leis do Distrito Federal, fornecendo acesso simples e transparente com poucos cliques.

### **TV Câmara Distrital**

Lançada em 2021, a TV Câmara Distrital é uma das maiores e mais relevantes ações do legislativo distrital desde o início de sua fundação em 1991.

A nova emissora aberta do Distrito Federal tem 24 horas de programação, que conta com transmissões ao vivo do trabalho legislativo, conteúdo jornalístico, educativo, sociocultural e científico, além de campanhas institucionais e de utilidade pública. A TV Câmara Distrital veio aproximar ainda mais a população de Brasília do Poder Legislativo.

Além de dar transparência às ações legislativas, a TV Câmara Distrital contribuirá com registros da história e cultura do Distrito Federal.

Disponível em canal aberto, no canal 9.3, exibirá conteúdo próprio e de parceiros por meio de acordos de cooperação técnica com outros órgãos públicos. Entre eles, a UnBTV, da Universidade de Brasília, e a Rede Legislativa, formada por emissoras de assembleias estaduais e municipais, o Sebrae-DF e o Governo do Distrito Federal.

A iniciativa é um passo definitivo para tornar a Câmara Legislativa a Casa de Leis mais transparente do Brasil.

### **Conclusão**

Por fim, após o lançamento das ferramentas citadas, é fundamental que a população perceba todas essas ações como integrantes de um conjunto único que hoje alça a Câmara Legislativa do Distrito Federal ao patamar de Casa de Leis mais transparente do Brasil, reforçando que todas essas ações representam um marco de modernidade, transparência e diálogo com a sociedade, fortalecendo a importância e consolidando a imagem da CLDF como uma Casa fundamental para o exercício pleno da cidadania do seu povo.

## **DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO**

Além dos desafios próprios da comunicação do Poder Legislativo, a comunicação deverá estar alinhada com os novos hábitos de consumo de mídia, especialmente nos meios eletrônicos e mídias sociais. Deverão ser criadas linhas autônomas de atuação na internet com linguagem apropriada para cada canal utilizado, explorando ao máximo os recursos tecnológicos para uma melhor expansão e compreensão da mensagem que se deseja comunicar.

A divulgação deverá ser realizada por meio da criação e veiculação de campanhas publicitárias institucionais ou de utilidade pública, exposições, documentários, publicações (livros, revistas e jornais) de caráter jornalístico, sites na internet, programas de rádio, mídia exterior, entre outros. A estratégia poderá prever ainda a confecção de produtos especiais, impressos ou eletrônicos, destinados a divulgar informações sobre temas específicos. As ações, peças e campanhas publicitárias podem ser compostas por textos, fotografias, desenhos, ilustrações, mapas, croquis, gráficos, infográficos, imagens em movimento (vídeos), investidas ou não de recursos de computação gráfica, músicas, cantos, efeitos sonoros, locução e depoimento de personagens reais ou fictícios.

## **OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO**

## **Objetivo Geral**

Consolidar a imagem da Câmara Legislativa como referência em transparência ativa e fundamental para o exercício da cidadania do cidadão brasileiro.

## **Objetivos Específico**

I - Tornar claras as ações da Câmara Legislativa no sentido de ampliar a transparência e a participação popular;

II - Fortalecer a imagem da Câmara Legislativa como referência em modernidade;

III - Fortalecer a imagem da Câmara Legislativa como Casa fundamental para o exercício pleno da cidadania;

IV - Incentivar a população a utilizar as ferramentas tecnológicas criadas pela Câmara Legislativa.

## **Público-alvo**

População em geral (homens e mulheres, 16+, das classes sociais A, B, C, D e E).

## **Praças**

Todo o Distrito Federal.

## **Período**

De 1º a 30 de novembro de 2022.

## **Verba Referencial**

No cálculo para alocação dos valores para a produção e veiculação da campanha publicitária, objeto deste Edital, a licitante utilizará verba referencial de R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais).

## **Recursos Próprios de Comunicação**

A proposta pode contemplar os veículos próprios de comunicação da Câmara Legislativa, que se encontram listados a seguir:

- Portal da CLDF;
- Intranet;
- Perfis das redes sociais (Youtube, Instagram, Twitter, Facebook)
- Tv Câmara Distrital

Obs: Informações complementares, relacionadas ao presente briefing, podem ser encontradas no Portal da CLDF: [www.cl.df.gov.br](http://www.cl.df.gov.br)

## ANEXO II - MODELO DE PROCURAÇÃO

### Outorgante

Qualificação (nome, endereço, nome empresarial, etc.)

### Outorgado

O representante devidamente qualificado

### Objeto

Representar a outorgante na Concorrência nº 01/2022-DICOM/CLDF.

### Poderes

Retirar editais, apresentar Propostas e Documentos de Habilitação, participar de sessões públicas de abertura dessas Propostas e Documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, solicitar e obter vistas de documentos e decisões, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

.....-...,.....de..... de 202\_

EMPRESA

CARGO E NOME

Observações: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada; será necessário comprovar os poderes do outorgante para fazer a delegação acima.

## EDITAL DA CONCORRÊNCIA Nº 01/2022-DICOM/CLDF ANEXO III - PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

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

I - desconto, a ser concedido ao Contratante, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal: \_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_ por cento);

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

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

IV - honorários, a serem cobrados do Contratante, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à

execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: \_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_ por cento).

.....-.,.....de..... de 202\_

(nome da licitante)

Representante legal

## EDITAL DA CONCORRÊNCIA Nº 01/2022-DICOM/CLDF

### ANEXO IV - MINUTA DE CONTRATO

Cláusula Primeira	LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS
Cláusula Segunda	OBJETO
Cláusula Terceira	VIGÊNCIA
Cláusula Quarta	RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS
Cláusula Quinta	OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA
Cláusula Sexta	OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE
Cláusula Sétima	FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO
Cláusula Oitava	REMUNERAÇÃO
Cláusula Nona	DESCONTO DE AGÊNCIA
Cláusula Décima	DIREITOS AUTORAIS
Cláusula Décima Primeira	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO
Cláusula Décima Segunda	GARANTIA
Cláusula Décima Terceira	SANÇÕES ADMINISTRATIVAS
Cláusula Décima Quarta	RESCISÃO
Cláusula Décima Quinta	DISPOSIÇÕES GERAIS
Cláusula Décima Sexta	FORO

**CONTRATO  
PARA  
PRESTAÇÃO  
DE  
SERVIÇOS  
DE  
PUBLICIDADE  
QUE,  
ENTRE  
SI,  
FAZEM**

.....  
E A  
EMPRESA  
.....

Contrato  
nº  
XX/202\_-  
CLDF.

Processo  
SEI nº  
00001-  
00013567/2021-  
51.

## DAS PARTES

A CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL, neste ato denominada CONTRATANTE, com sede no Eixo Monumental, Praça Municipal, Quadra 02, Lote 05, nesta capital, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 26.963.645/0001-13, representada por seu Secretário-Geral, MARLON CARVALHO CAMBRAIA, consoante competência delegada pelo art. 1º, inciso X, do Ato do Presidente nº 46/2021 com base em sua competência originária do art. 42, § 1º, inciso XI, do Regimento Interno da CLDF, e de outro lado a EMPRESA ....., inscrita no CNPJ/MF sob o nº ....., estabelecida no ....., doravante denominada CONTRATADA, neste ato representado por ....., portador da Cédula de Identidade nº ..... e CPF nº ....., residente e domiciliado em ....., de acordo com a representação legal que lhe é outorgada, têm entre si, acordado os termos deste contrato, objeto da Concorrência nº 01/2022-DICOM/CLDF, Processo SEI nº 00001-00013567/2021-51, mediante as CLÁUSULAS, termos e condições a seguir:

### 1. CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232, de 29.04.10, e, de forma complementar, das Leis nº 4.680, de 18.06.65, e nº 8.666, de 21.06.93 e alterações posteriores.

1.1.1. Aplicam-se também a este contrato a Lei nº 3.184, de 29.08.03, o Decreto nº 57.690, de 01.02.66 e alterações posteriores, e as disposições do Edital da Concorrência nº 01/2022-DICOM/CLDF.

1.2. Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato – e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados – o Edital da Concorrência nº 01/2022-DICOM/CLDF e seus anexos, bem como os documentos que tenham servido de base para o julgamento do certame supracitado.

### 2. CLÁUSULA SEGUNDA - OBJETO

2.1. Constitui objeto deste contrato a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade institucional e de utilidade pública aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de divulgar atos, programas, serviços e campanhas com caráter informativo e de orientação social ao público em geral.

2.1.1. Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;



- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- c) à produção e à execução técnica das peças e/ou material criados pela CONTRATADA.

2.1.1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de gerar conhecimento sobre os aspectos socioeconômicos do DF e a respeito dos âmbitos de atuação da Câmara Legislativa do Distrito Federal que servirão de fundamentação para a concepção das campanhas publicitárias, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças; aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens; possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

2.1.2. Os serviços previstos no subitem 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza. Devem vincular-se a objetivos sociais de interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social, não podendo constar nomes, símbolos, imagens ou expressões que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

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

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

2.3. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução total ou parcial de serviços previstos nesta Cláusula.

2.4. Os serviços serão solicitados à CONTRATADA de modo a garantir que o valor efetivamente realizado por ela, na vigência inicial de 12 (doze) meses deste contrato e possíveis prorrogações, não seja inferior a 25% (vinte e cinco por cento) e nem superior a 40% (quarenta por cento) do total executado pelas 03 (três) agências contratadas como resultado da concorrência que deu origem a este ajuste.

2.4.1. Os procedimentos de demanda, concorrência interna, seleção, execução e liquidação de despesas são regulados por normatização interna, através do Manual de Procedimentos das Ações de Publicidade e Comunicação Social que poderá ser revista e/ou atualizada através de Ato próprio com aprovação técnica do Comitê de Gestão e Governança Estratégica da DICOM.

### **3. CLÁUSULA TERCEIRA - VIGÊNCIA**

3.1. O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura até XX/XX/XXXX.

3.1.1. A CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II e § 4º do artigo 57 da Lei nº 8.666/1993 e alterações posteriores.

3.1.2. A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser procedida pela CONTRATANTE.

### **4. CLÁUSULA QUARTA - RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

4.1. As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA, nos primeiros 12 (doze)

meses, estão estimadas em R\$ XXXXX (..... reais).

4.2. No exercício de XXXX, as despesas correrão à conta das dotações orçamentárias previstas no Programa de Trabalho ....., Elemento de Despesa .....

4.3. Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato, nos próximos exercícios serão consignadas no orçamento da Câmara Legislativa do Distrito Federal as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.4. A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade das dotações previstas.

## 5. CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

5.1.1. Operar com organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2. Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE no Distrito Federal, onde, para esse fim, manterá sede, escritório ou sucursal. A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

5.1.2.1. A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, no Distrito Federal, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, representada pelos seguintes profissionais:

- a) 2 (dois) na área de atendimento;
- b) 1 (um) na área de planejamento;
- c) 1 (uma) dupla na área de criação;
- d) 2 (dois) nas áreas de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica;
- e) 2 (dois) na área de mídia.

5.1.3. Realizar com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

5.1.4. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à CONTRATANTE.

5.1.5. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas.

5.1.5.1. Pertencem à CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de tempos e ou espaços publicitários diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

5.1.5.1.1. O disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.5.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

5.1.5.3. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses

veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

5.1.5.3.1. O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

5.1.6. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2 da Cláusula Décima, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

5.1.7. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados à CONTRATANTE:

I - fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados pela CONTRATANTE, aptos a fornecerem à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

III - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre integrantes do cadastro de fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV - exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

V - a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de inscrição do fornecedor no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

5.1.7.1. Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE.

5.1.7.2. O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea 'a' do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666/1993 (alterado pelo Decreto nº 9.412/18) está dispensado do procedimento previsto no subitem 5.1.7.1.

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

5.1.7.4. Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, ao Executor deste contrato.

5.1.7.5. Se, e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá:

a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato;

5.1.7.6. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de

peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais do autor e conexos.

5.1.7.7. As disposições dos subitens 5.1.7 a 5.1.7.6 não se aplicam à compra de mídia.

5.1.8. Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

5.1.8.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

II - dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

5.1.9. Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito, para autorizar despesas com serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

5.1.9.1. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

5.1.10. Apresentar à CONTRATANTE, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.4 da Cláusula Décima Primeira, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11. Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 5.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.4 da Cláusula Décima Primeira, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11.1. A CONTRATADA se obriga a apresentar novo estudo prévio à CONTRATANTE sempre que houver alterações no tocante a meios, praças e veículos dos quais se revela possível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente.

5.1.12. Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo da CONTRATANTE, sem ônus para esta:

a) TV e Cinema: cópias em arquivos digitais, em DVD ou CD;

b) Internet: cópias em arquivos digitais, em DVD ou CD;

c) Rádio: cópias em arquivos digitais, em DVD ou CD;

d) Mídia impressa e material publicitário: cópias em DVD ou CD, com arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados.

5.1.12.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD ou CD, caso atenda à solicitação da CONTRATANTE.

5.1.13. Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo probatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no subitem 5.1.12.

5.1.14. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta, etc.) aprovadas pela CONTRATANTE.

5.1.14.1. O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 5.1.12.

- 5.1.15. Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de sua prestação de serviços.
- 5.1.16. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.
- 5.1.17. Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome da CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização.
- 5.1.18. Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.
- 5.1.19. Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.
- 5.1.20. Manter, durante a execução deste contrato, em compatibilidade com as obrigações por esse assumidas, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o artigo 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.
- 5.1.21. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.
- 5.1.22. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.
- 5.1.23. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
- 5.1.24. 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.
- 5.1.24.1. No tocante ao recolhimento dos encargos sociais incidentes sobre a folha de pagamento dos empregados, a comprovação por parte da CONTRATADA deverá ser realizada mês a mês, nos termos da Lei Distrital nº 5.087/2013.
- 5.1.25. Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos, obrigações trabalhistas e fiscais.
- 5.1.26. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.
- 5.1.27. 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 da CONTRATANTE.
- 5.1.28. Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.
- 5.1.29. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.

5.1.30. 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 com o cumprimento do presente contrato.

5.1.30.1. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que esta tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

5.1.31. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

5.1.32. Reparar, corrigir, remover ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, os serviços efetuados em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou dos materiais empregados.

5.1.33. Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes da execução do objeto, bem como por todo e qualquer dano causado à Câmara Legislativa do Distrito Federal, devendo ressarcir imediatamente a Administração em sua integralidade, ficando a Contratante autorizada a descontar da garantia, caso exigida no edital, ou dos pagamentos devidos à Contratada, o valor correspondente aos danos sofridos.

5.1.34. Responsabilizar-se pelo cumprimento das obrigações previstas em Acordo, Convenção, Dissídio Coletivo de Trabalho ou equivalentes das categorias abrangidas pelo contrato, por todas as obrigações trabalhistas, sociais, previdenciárias, tributárias e as demais previstas em legislação específica, cuja inadimplência não transfere a responsabilidade à Contratante.

5.1.35. A Contratada declara a inexistência de possibilidade de transferência à Câmara Legislativa do Distrito Federal de responsabilidade por encargos trabalhistas, fiscais, comerciais e/ou previdenciários porventura inadimplidos, bem como a inexistência de formação de vínculo empregatício entre os empregados da Contratada e a CLDF.

5.1.36. A Contratada fica obrigada a apresentar à CLDF:

I - até o quinto dia útil do mês subsequente, comprovante de recolhimento dos encargos previdenciários, resultantes da execução do Contrato.

II - comprovante de recolhimento dos encargos trabalhistas, fiscais e comerciais.

5.1.37. Constitui obrigação da contratada o pagamento dos salários e demais verbas decorrentes da prestação de serviço.

5.1.38. A contratada responderá pelos danos causados por seus agentes.

5.1.39. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no artigo 3º, da Lei nº 8.666/1993, regulamentada pelo Decreto Federal nº 7.746/2012 e Lei Distrital nº 4.770/2012.

5.1.40. Implementar, caso ainda não tenha, o Programa de Integridade da Empresa, nos termos da Lei Distrital 6.112/2018.

5.1.40.1. O Programa de Integridade consiste no âmbito de uma pessoa jurídica, no conjunto de mecanismos e procedimentos internos de integridade, auditoria, controle e incentivo à denúncia de irregularidades e na aplicação efetiva de códigos de ética e de conduta, políticas e diretrizes com o objetivo de detectar e sanar desvios, fraudes, irregularidades e atos ilícitos praticados contra a Administração Pública do Distrito Federal.

5.1.41. Não fazer uso de mão de obra infantil, nos termos da Lei Distrital nº 5.061/2013.

5.1.42. Durante a execução do contrato fica vedado o uso de conteúdo discriminatório: contra a mulher, que incentive a violência ou que exponha a mulher a constrangimento, homofóbico ou qualquer outro que represente qualquer tipo de discriminação, especialmente voltados contra minorias em condições de vulnerabilidade, sob pena de rescisão do contrato e aplicação de multa, sem prejuízo de outras sanções cabíveis, nos termos do que dispõe a Lei 5.448/2015, regulamentada pelo Decreto Distrital 38.365/2017. (Parecer 57/2018 – PRCON/PGDF)

## 6. CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

6.1. Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- b) comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte quatro) horas;
- c) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- d) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- e) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- f) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

6.2. A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

6.3. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no artigo 3º da Lei nº 8.666/1993, regulamentada pelo Decreto Federal nº 7.746/2012 e Lei Distrital nº 4.770/2012.

## 7. CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

7.1. A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

7.1.1. Será nomeada uma Comissão Executora Permanente para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terá poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção, nos termos do art. 67 da Lei 8.666/93 e alterações posteriores.

7.1.1.1. Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá à Comissão Executora Permanente verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela CONTRATADA.

7.2. A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

7.3. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da CONTRATANTE.

7.4. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CONTRATANTE.

7.5. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a CONTRATANTE.

7.6. A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

7.7. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

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

7.9. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE e ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à CONTRATANTE.

7.10. À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

7.11. A CONTRATANTE avaliará os serviços prestados pela CONTRATADA, pelo menos dois (dois) meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses.

7.11.1. A avaliação será considerada pela CONTRATANTE para apurar a necessidade de solicitar, da CONTRATADA, correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual.

7.11.2. Fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações. Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada à Comissão Executora deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

## 8. CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

8.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada e ressarcida conforme disposto nesta Cláusula.

8.1.1. Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peças e ou material cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/1965, de que trata o subitem 9.1.

8.1.2. Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução deste contrato.

8.1.3. Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

8.1.4. .... (..... por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços



do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA.

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

8.1.4.2. A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.4, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

8.2. Os honorários de que tratam os subitens 8.1.1 a 8.1.3 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.3. A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços prestados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.4. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.

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

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

8.6. As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

## **9. CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA**

9.1. A CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei nº 4.680/1965.

9.1.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do artigo 19 da Lei nº 12.232/2010.

9.2. A CONTRATADA repassará à CONTRATANTE 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

## **10. CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS**

10.1. A CONTRATADA cede à CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato, ressalvados os direitos de terceiros.

10.1.1. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

10.1.2. A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou

através de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

10.1.3. A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Distrito Federal, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

10.1.3.1. Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com quem mantenham contrato, quando couber, realizar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

10.2. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamento que preveja a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

10.2.1. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 a 10.2.3.

10.2.1.1. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.1.1.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

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

10.2.2.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

10.3. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

10.4. A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços 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 patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no subitem 5.1.7.

10.5. A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I - a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contado da data do pagamento do serviço, pela CONTRATADA ao fornecedor,

sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II - que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

III - que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

10.6. A CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do do Distrito Federal. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente à CONTRATANTE.

## **11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS**

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

I - a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome da CONTRATANTE, CNPJ nº 26.963.645/0001-13, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;

II - a primeira via do documento fiscal do fornecedor ou do veículo;

III - os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega.

11.1.1. Os documentos de cobrança e demais informações necessários à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE, no seguinte endereço:

.....

11.1.2. A Comissão Executora deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

11.2. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

I - serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

II - veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.4.

11.2.1. A liquidação da despesa com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terá o tratamento previsto no inciso I do subitem 11.2.

11.2.2. Na ocorrência de falha local em programação em mídia eletrônica, rede nacional, além das providências previstas no inciso II do subitem 11.2 a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.3. Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o

artigo 15 da Lei nº 12.232/2010, serão conferidos e atestados pelo Executor deste contrato, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

11.3. O pagamento das despesas será feito de acordo com as Normas de Planejamento, Orçamento, Finanças, Patrimônio e Contabilidade do Distrito Federal, previstas no Decreto nº 32.598, de 15 de dezembro de 2010, em até 60 (sessenta) dias corridos após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2.

11.4. No tocante à veiculação, além do previsto no subitem 11.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

- I - Revista: exemplar original;
- II - Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;
- III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

11.4.1. Todos os comprovantes também devem ser apresentados em formato digital, em DVD ou CD.

11.4.2. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

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

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

b) como alternativa ao conjunto de documentos previstos no inciso I deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

II - Mídia Exterior:

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

b) *Mídia Digital Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por

amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

c) Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

III - Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, com o *print* da tela, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração.

11.4.3. Para as veiculações em blogs e sites comunitários, a CONTRATADA deverá apresentar relatório de exibição fornecido por empresa de AdServer.

11.4.3.1. A empresa AdServer deverá ser contratada pela CONTRATANTE.

11.4.3.2. Caso seja demonstrada a impossibilidade de contratação de empresa de AdServer pela CONTRATANTE, esta deverá ser realizada pela CONTRATADA, sem ônus para a CONTRATANTE.

11.4.3.3. Na hipótese do item 11.4.3.2, a CONTRATANTE deverá aprovar a metodologia utilizada pela empresa de AdServer a ser contratada.

11.4.4. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem 11.4.2 serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

11.4.5. Novos formatos de comprovação, em observância à constante modernização dos veículos de comunicação, principalmente os que se utilizam das novas tecnologias, poderão ser incluídos ou alterados, mediante aprovação do Comitê de Governança e Gestão Estratégica da DICOM, através de Ato próprio, o qual deverá ser comunicado formalmente às CONTRATADAS.

11.5. Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da contratada, mediante consulta on-line, no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores-SICAF e no sítio do Tribunal Superior do Trabalho. Se a Contratada cadastrada no SICAF estiver com a documentação obrigatória vencida, deverá apresentar ao Contratante Certificado de Regularidade do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, fornecido pela CEF – Caixa Econômica Federal, devidamente atualizado (Lei n.º 8.036/90), prova de regularidade com a Fazenda Federal por meio da Certidão Conjunta de Débitos relativos aos Tributos Federais, inclusive contribuições previdenciárias, e a Dívida Ativa da União, expedida pelo Ministério da Fazenda/Secretaria da Receita Federal do Brasil (Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1.751/2014); Certidão de Regularidade com a Fazenda do Distrito Federal e Certidão de regularidade relativa a débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa, em plena validade, que poderá ser obtida no site [www.tst.jus.br/certidao](http://www.tst.jus.br/certidao).

11.6. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a CONTRATANTE, a seu juízo, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

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

11.7. No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IPCA-IBGE).

11.7.1. A CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

11.8. A CONTRATANTE não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

11.9. Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até 5 (cinco) dias úteis após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE pela agência bancária pagadora.

11.9.1. A CONTRATADA informará à CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pela CONTRATANTE e encaminhará relatório até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.9.1.1. Os dados e formato dos controles serão definidos pela CONTRATANTE, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento da CONTRATANTE, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

11.9.2. O não cumprimento do disposto nos subitens 11.9 e 11.9.1 ou a não justificativa formal para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

11.9.3. Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento serão de sua exclusiva responsabilidade.

11.10. A CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar e obedecidos os prazos legais.

## **12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - GARANTIA**

12.1. A CONTRATADA prestará garantia, em favor da CONTRATANTE, no valor de R\$ ..... (.....), correspondente a 5% (cinco por cento) do valor do contrato, na forma prevista nos subitens 24.1 e 25.1 do Edital que deu origem a este ajuste.

12.1.1. Sem prejuízo das sanções previstas na Lei e neste contrato, a não prestação da garantia exigida implicará a imediata anulação da N.E. (Nota de Empenho) emitida e a rescisão deste contrato.

12.2. Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.3. Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a CONTRATADA se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.4. Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei nº 8.666/1993.

12.4.1. O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à

CONTRATANTE no prazo máximo de 15 (quinze) dias, contado da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

12.5. Após o cumprimento fiel e integral de todas as obrigações assumidas neste contrato, a garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 30 (trinta) dias úteis, mediante solicitação de certificação, pela Comissão Executora deste contrato, de que os serviços foram realizados a contento.

12.5.1. Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

### 13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1. A CONTRATADA está sujeita às sanções administrativas reguladas pelo Decreto nº 26.851, de 30.05.06 e alterações posteriores, nos termos do item 28 do Edital da concorrência que deu origem a este ajuste.

### 14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - RESCISÃO

14.1. O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos artigos 77 e 78 e nas formas estabelecidas no artigo 79, todos da Lei nº 8.666/1993 e suas alterações posteriores.

14.1.1. Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a CONTRATADA:

- a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b) for envolvida em escândalo público e notório;
- c) quebrar o sigilo profissional;
- d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
- e) não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;
- f) motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que o CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;
- g) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato; e
- h) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;
- i) não comprovar a qualificação técnica de funcionamento prevista no artigo 4º da Lei nº 12.232/2010;
- j) deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.5.3, 11.9 e 11.9.1 deste contrato.

14.2. Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA, previstas no presente contrato.

14.2.1. Para rescisão ou suspensão da propaganda, a parte interessada avisará a outra do seu propósito, com a antecedência mínima de 60 (sessenta) dias, sob pena de responder por perdas e danos, ficando o Cliente impedido de utilizar-se de quaisquer anúncios ou trabalhos criados pela Agência, e esta, por sua vez, proibida durante 60 (sessenta) dias, de

aceitar propaganda de mercadoria, produto ou serviço semelhantes à rescindida ou suspensão.

14.3. Em caso de associação da CONTRATADA com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá à CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato, com base em documentação comprobatória que justifique quaisquer das ocorrências.

14.4. A rescisão, por algum dos motivos previstos na Lei nº 8.666/1993, não dará à CONTRATADA direito a indenização a qualquer título, independentemente de interposição judicial ou extrajudicial, com a exceção do que estabelece o artigo 79, § 2º, da referida Lei.

14.5. A rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da CONTRATANTE, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste ajuste, até a completa indenização dos danos.

14.6. Por acordo das partes poderá haver a rescisão amigável, que deverá ser reduzida a termo no processo, desde que haja conveniência para a Administração, nos termos do artigo 79, inciso II, da Lei Federal nº 8.666/93, desde que não seja caso de rescisão unilateral do contrato.

## **15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DO REGISTRO E DA ALTERAÇÃO CONTRATUAL**

15.1. Os devidos registros do presente instrumento será procedido pela Contratante.

15.2. Toda e qualquer alteração deverá ser processada mediante a celebração de Termo Aditivo, com amparo no artigo 65 da Lei nº 8.666/93 e alterações posteriores, vedada a modificação do objeto.

15.3. A alteração de valor contratual, decorrente do reajuste de preço, compensação ou penalização financeira, prevista no contrato, bem como o empenho de dotações orçamentárias, suplementares, até o limite do respectivo valor, dispensa a celebração de aditamento.

## **16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DOS DÉBITOS COMA FAZENDA PÚBLICA**

16.1. Os débitos da Contratada para com o Distrito Federal, decorrentes ou não do ajuste, serão inscritos em Dívida Ativa e cobrados mediante execução na forma da legislação pertinente, podendo, quando for o caso, ensejar a rescisão unilateral do Contrato.

## **17. CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DISPOSIÇÕES GERAIS**

17.1. O presente Contrato será executado de forma indireta, sob a égide da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis Federais nº 4.680, de 18 de junho de 1965, nº 8.666, de 21 de junho de 1993, e alterações posteriores, como as promovidas pela Lei nº 14.133/2021, e Lei Distrital nº 3.184, de 29 de agosto de 2003, e alterações posteriores.

17.2. A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

17.3. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial do Distrito Federal, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.

17.4. Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/1993, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

17.5. São assegurados à CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei nº 8.078, de 11.9.90 (Código de Defesa do Consumidor).

17.6. A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá



novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

17.7. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão disponibilizadas no sítio da CONTRATANTE, em local específico para esse fim, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

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

17.8. Havendo irregularidades neste instrumento, entre em contato com a Ouvidoria da Câmara Legislativa do Distrito Federal, por meio do Telefone: 3348-8315.

## 18. CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - FORO

18.1. As questões decorrentes da execução deste contrato que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Foro de Brasília/DF, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em 3 (três) vias.

Brasília (DF),..... de..... de 202\_

Pelo Câmara Legislativa do Distrito Federal:

Pela Contratada:

Testemunhas:

Nome e CPF

## EDITAL DA CONCORRÊNCIA Nº 01/2022-DICOM/CLDF ANEXO V - EMPREGADOR PESSOA JURÍDICA

### DECLARAÇÃO

Referente **CONCORRÊNCIA Nº 01/2022-DICOM/CLDF**  
Processo SEI nº 00001-00013567/2021-51

....., inscrita no CNPJ sob o nº ....., por intermédio de seu representante legal ....., portador(a) da Carteira de Identidade nº....., inscrito(a) no CPF sob o nº....., **DECLARA**, para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666, de 21.6.1993, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesesseis) anos.

(se for o caso acrescentar texto a seguir)

Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (catorze) anos, na condição de aprendiz.

Local e data

Representante legal

## EDITAL DA CONCORRÊNCIA Nº 01/2022-DICOM/CLDF ANEXO VI – MODELO DA DECLARAÇÃO DE SUPERVENIÊNCIA DE FATOS IMPEDITIVOS

*(exigida somente se houver fato impeditivo)*

## DECLARAÇÃO

Referente **CONCORRÊNCIA N.º 01/2022-DICOM/CLDF**  
Processo SEI nº 00001-00013567/2021-51

....., inscrita no CNPJ sob o n....., sediada na  
....., por intermédio de seu representante legal o(a) Sr.(a)  
....., portador(a) da Carteira de Identidade nº ..... e do CPF nº  
....., DECLARA, que há a superveniência dos seguintes fatos impeditivos da  
habilitação na **CONCORRÊNCIA Nº 01/2022-DICOM/CLDF**: .....  
*“(exigida somente em caso positivo)”*.

Local e data

Representante legal

### EDITAL DA CONCORRÊNCIA Nº 01/2022-DICOM/CLDF

#### ANEXO VII - MODELO DE DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA

CONCORRÊNCIA Nº 01/2022-DICOM/CLDF

EU, {IDENTIFICAÇÃO COMPLETA DO REPRESENTANTE DA LICITANTE}, como representante devidamente constituído da Empresa: {IDENTIFICAÇÃO COMPLETA DA LICITANTE } (doravante denominado {Licitante }), para fins do subitem 16.2.4.4 do edital em epígrafe, declaro sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

- a) a proposta anexa foi elaborada de maneira independente pela (o): {Licitante/Consórcio}, e que o conteúdo da proposta anexa não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer meio ou qualquer pessoa;
- b) a intenção de apresentar a proposta anexa não foi informada, ou discutida com qualquer outro participante potencial ou de fato da licitação em tela, por qualquer meio ou qualquer pessoa;
- c) que não tentou, por qualquer meio ou pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante quanto a participar ou não desta licitação;
- d) que o conteúdo da proposta anexa não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante em potencial ou de fato da licitação antes da adjudicação do seu objeto;
- e) que o conteúdo da proposta anexa não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante desta Instituição, antes da abertura oficial das propostas; e
- f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

\_\_\_\_\_, em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

Nome do Representante nº da Identidade.....

nº CPF.....

*(REPRESENTANTE LEGAL DA LICITANTE NESTA LICITAÇÃO, COM IDENTIFICAÇÃO  
COMPLETA)*

**EDITAL DA CONCORRÊNCIA Nº 01/2022-DICOM/CLDF  
ANEXO VIII - DECRETO Nº 26.851, DE 30 DE MAIO DE 2006.**

**Regula a aplicação de sanções administrativas previstas nas Leis Federais nos 8.666, de 21 de junho de 1993 (Lei de Licitações e Contratos Administrativos), e 10.520, de 17 de julho de 2002 (Lei do Pregão), e dá outras providências.**

A GOVERNADORA DO DISTRITO FEDERAL, no uso das atribuições que lhe confere o artigo 100, inciso VII, da Lei Orgânica do Distrito Federal, e tendo em vista o disposto nos artigos 81, 86, 87 e 88 da Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993, e no art. 7º da Lei Federal nº 10.520, de 17 de julho de 2002, bem como o disposto no art. 68 da Lei Federal nº 9.784, de 29 de janeiro de 1999, e ainda, a centralização de compras instituída nos termos da Lei Distrital nº 2.340, de 12 de abril de 1999, e as competências instituídas pela Lei Distrital nº 3.167, de 11 de julho de 2003, DECRETA:

**CAPÍTULO I  
DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

**SEÇÃO I**

**Disposições Preliminares**

Art. 1º A aplicação das sanções de natureza pecuniária e restritiva de direitos pelo não cumprimento das normas de licitação e/ou de contratos, em face do disposto nos arts. 81, 86, 87 e 88, da Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993, e no art. 7º da Lei Federal nº 10.520, de 17 de julho de 2002, obedecerá, no âmbito da Administração Direta, Autárquica, Fundacional e das Empresas Públicas do Distrito Federal, às normas estabelecidas neste Decreto. [\(Artigo alterado pelo\(a\) Decreto 27069 de 14/08/2006\)](#)

Parágrafo único. As disposições deste Decreto aplicam-se também aos ajustes efetuados com dispensa e inexigibilidade de licitação, nos termos do que dispõe a legislação vigente, e ainda às licitações realizadas pelas Administrações Regionais, até o limite máximo global mensal estabelecido no art. 24, incisos I e II, da Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993, nos termos do disposto no § 1º do art. 2º da Lei Distrital nº 2.340, de 12 de abril de 1999.

**SEÇÃO II**

**Das Espécies de Sanções Administrativas**

Art. 2º As licitantes e/ou contratadas que não cumprirem integralmente as obrigações assumidas, [garantida a prévia defesa, estão sujeitas às seguintes sanções: \(Artigo alterado pelo\(a\) Decreto 27069 de 14/08/2006\)](#)

- I- advertência;
- II- multa;

III- suspensão temporária de participação em licitação, e impedimento de contratar com a Administração do Distrito Federal:

a) para a licitante e/ou contratada através da modalidade pregão presencial ou eletrônico que, convocada dentro do prazo de validade de sua proposta, não celebrar o contrato, deixar de entregar ou apresentar documentação falsa exigida para o certame, ensejar o retardamento da execução do seu objeto, comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude fiscal; a penalidade será aplicada por prazo não superior a 5 (cinco) anos, e a licitante e/ou contratada será descredenciada do Sistema de Cadastro de Fornecedores, sem prejuízo das multas previstas em edital e no contrato e das demais cominações legais, [aplicadas e dosadas segundo a natureza e a gravidade da falta cometida; \(Alínea alterado pelo\(a\) Decreto 27069 de 14/08/2006\)](#)

b) para as licitantes nas demais modalidades de licitação previstas na Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, a penalidade será aplicada por prazo não superior a 2 (dois) anos, e dosada segundo a natureza e a gravidade da falta cometida. [\(Alínea alterado pelo\(a\) Decreto 27069 de 14/08/2006\)](#)

IV- declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a contratada ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no inciso anterior. [\(Inciso alterado pelo\(a\) Decreto 27069 de 14/08/2006\)](#)

Parágrafo único. As sanções previstas nos incisos I, III e IV deste artigo poderão ser aplicadas juntamente com a do inciso II, facultada a defesa prévia a interessada, no respectivo processo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis. [\(Parágrafo alterado pelo\(a\) Decreto 27069 de 14/08/2006\)](#)

## SUBSEÇÃO I

### Da Advertência

Art. 3º A advertência é o aviso por escrito, emitido quando a licitante e/ou contratada descumprir qualquer obrigação, e será expedido: [\(Artigo alterado pelo\(a\) Decreto 27069 de 14/08/2006\)](#)

I- pela Subsecretaria de Compras e Licitações - SUCOM, quando o descumprimento da obrigação ocorrer no âmbito do procedimento licitatório, e, em se tratando de licitação para registro de preços, até a emissão da autorização de compra para o órgão participante do Sistema de Registro de Preços;

II- pelo ordenador de despesas do órgão contratante se o descumprimento da obrigação ocorrer na fase de execução contratual, entendida desde a recusa em retirar a nota de empenho ou assinar o contrato. [\(Inciso alterado pelo\(a\) Decreto 26993 de 12/07/2006\)](#)

## SUBSEÇÃO II

### Da Multa

Art. 4º A multa é a sanção pecuniária que será imposta à contratada, pelo ordenador de despesas do órgão contratante, por atraso injustificado na entrega ou execução do contrato, e será aplicada nos seguintes percentuais: [\(Artigo alterado pelo\(a\) Decreto 27069 de 14/08/2006\)](#)

I- 0,33% (trinta e três centésimos por cento) por dia de atraso, na entrega de material ou execução de serviços, calculado sobre o montante das parcelas obrigacionais adimplidas em atraso, até o limite de [9,9% \(nove inteiros e nove décimos por cento\), que corresponde a até 30 \(trinta\) dias de atraso; \(Inciso alterado pelo\(a\) Decreto 35831 de 19/09/2014\)](#)

II- 0,66 % (sessenta e seis centésimos por cento) por dia de atraso, na entrega de material ou execução de serviços, calculado, desde o primeiro dia de atraso, sobre o montante das parcelas obrigacionais adimplidas em atraso, em caráter excepcional, e a critério do órgão contratante, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias, não podendo ultrapassar o valor previsto para o

inadimplemento completo da obrigação contratada; ([Inciso alterado pelo\(a\) Decreto 35831 de 19/09/2014](#))

II- 5% (cinco por cento) sobre o valor total do contrato/nota de empenho, por descumprimento do prazo de entrega, sem prejuízo da aplicação do disposto nos incisos I e II deste artigo;

IV- 15% (quinze por cento) em caso de recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido pela Administração, recusa parcial ou total na entrega do material, recusa na conclusão do serviço, ou rescisão do contrato/nota de empenho, calculado sobre a parte inadimplente;

V- até 20% (vinte por cento) sobre o valor do contrato/nota de empenho, pelo descumprimento de [qualquer cláusula do contrato, exceto prazo de entrega. \(Inciso alterado pelo\(a\) Decreto 35831 de 19/09/2014\)](#)

§ 1º A multa será formalizada por simples apostilamento contratual, na forma do art. 65, § 8º, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e será executada após regular processo administrativo, oferecido à contratada a oportunidade de defesa prévia, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, nos termos do § 3º do art. 86 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, observada a seguinte ordem: ([Parágrafo alterado pelo\(a\) Decreto 27069 de 14/08/2006](#))

I- mediante desconto no valor da garantia depositada do respectivo contrato;

II- [mediante desconto no valor das parcelas devidas à contratada; e \(Inciso alterado pelo\(a\) Decreto 27069 de 14/08/2006\)](#)

III- mediante procedimento administrativo ou judicial de execução.

§ 2º Se a multa aplicada for superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá à contratada pela sua diferença, devidamente atualizada pelo Índice Geral de Preços - Mercado (IGP-M) ou equivalente, que será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pela Administração ou cobrados judicialmente. ([Parágrafo alterado pelo\(a\) Decreto 27069 de 14/08/2006](#))

§ 3º O atraso, para efeito de cálculo de multa, será contado em dias corridos, a partir do dia seguinte ao do vencimento do prazo de entrega ou execução do contrato, se dia de expediente normal na repartição interessada, ou no primeiro dia útil seguinte.

§ 4º Em despacho, com fundamentação sumária, poderá ser relevado:

I- o atraso não superior a 5 (cinco) dias;

II- a execução de multa cujo montante seja inferior ao dos respectivos custos de cobrança.

§ 5º A multa poderá ser aplicada cumulativamente com outras sanções, segundo a natureza e a gravidade da falta cometida, consoante o previsto no Parágrafo único do art. 2º e observado o princípio da proporcionalidade.

§ 6º Decorridos 30 (trinta) dias de atraso, a nota de empenho e/ou contrato deverão ser cancelados e/ou rescindidos, exceto se houver justificado interesse da unidade contratante em admitir atraso superior a 30 (trinta) dias, que será penalizado na forma do inciso II do caput deste artigo.

§ 7º A sanção pecuniária prevista no inciso IV do caput deste artigo não se aplica nas hipóteses de rescisão contratual que não ensejam penalidades.

Art. 4-A A multa de que trata o art. 4º deste Decreto será aplicada, nas contratações previstas na Lei [Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, nos seguintes percentuais: \(Artigo acrescido pelo\(a\) Decreto 36974 de 11/12/2015\)](#)

I- 0,33% (trinta e três centésimos por cento) por dia de atraso, na entrega de material ou

execução de serviços, calculado sobre o montante das parcelas obrigacionais adimplidas em atraso, até o limite de 9,9% (nove inteiros e nove décimos por cento), que corresponde a até 30 (trinta) dias de atraso; (Inciso acrescido pelo(a) Decreto 36974 de 11/12/2015)

II- 0,66 % (sessenta e seis centésimos por cento) por dia de atraso, na entrega de material ou execução de serviços, calculado, desde o primeiro dia de atraso, sobre o montante das parcelas obrigacionais adimplidas em atraso, em caráter excepcional, e a critério do órgão contratante, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias, não podendo ultrapassar o valor previsto para o inadimplemento completo da obrigação contratada; (Inciso acrescido pelo(a) Decreto 36974 de 11/12/2015)

III- 1% (um por cento) do valor do contrato em caso de recusa injustificada do adjudicatário em assinar o termo contratual dentro do prazo estabelecido pela Administração; (Inciso acrescido pelo(a) Decreto 36974 de 11/12/2015)

IV- 1% (um por cento) sobre o valor do contrato que reste executar ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, em caso de rescisão contratual; (Inciso acrescido pelo(a) Decreto 36974 de 11/12/2015)

V- até 1% (um por cento) sobre o valor do contrato que reste executar ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pelo descumprimento de qualquer cláusula do contrato, respeitado o disposto nos incisos I e II. (Inciso acrescido pelo(a) Decreto 36974 de 11/12/2015)

### SUBSEÇÃO III

#### Da Suspensão

Art. 5º A suspensão é a sanção que impede temporariamente o fornecedor de participar de licitações e de contratar com a Administração, e, se aplicada em decorrência de licitação na modalidade pregão, ainda suspende o registro cadastral da licitante e/ou contratada no Cadastro de Fornecedores do Distrito Federal, instituído pelo Decreto nº 25.966, de 23 de junho de 2005, e no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores - SICAF, de acordo com os prazos a seguir: (Artigo alterado pelo(a) Decreto 27069 de 14/08/2006)

I- por até 30 (trinta) dias, quando, vencido o prazo de advertência, emitida pela Subsecretaria de Compras e Licitações - SUCOM, ou pelo órgão integrante do Sistema de Registro de Preços, a licitante e/ou contratada permanecer inadimplente; (Inciso alterado pelo(a) Decreto 27069 de 14/08/2006)

II- por até 90 (noventa) dias, em licitação realizada na modalidade pregão presencial ou eletrônico, quando a licitante deixar de entregar, no prazo estabelecido no edital, os documentos e anexos exigidos, quer por via fax ou internet, de forma provisória, ou, em original ou cópia autenticada, de forma definitiva; (Inciso alterado pelo(a) Decreto 26993 de 12/07/2006)

III- por até 12 (doze) meses, quando a licitante, na modalidade pregão, convocada dentro do prazo de validade de sua proposta, não celebrar o contrato, ensejar o retardamento na execução do seu objeto, falhar ou fraudar na execução do contrato;

IV- por até 24 (vinte e quatro) meses, quando a licitante:

- a) apresentar documentos fraudulentos, adulterados ou falsificados nas licitações, objetivando obter, para si ou para outrem, vantagem decorrente da adjudicação do objeto da licitação;
- b) tenha praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;
- c) receber qualquer das multas previstas no artigo anterior e não efetuar o pagamento. (Alínea alterado pelo(a) Decreto 26993 de 12/07/2006)

§ 1º São competentes para aplicar a penalidade de suspensão:

I- a Subsecretaria de Compras e Licitações - SUCOM, quando o descumprimento da obrigação ocorrer no âmbito do procedimento licitatório, e, em se tratando de licitação para registro de preços, até a emissão da autorização de compra para o órgão participante do Sistema de Registro de Preços;

II- o ordenador de despesas do órgão contratante, se o descumprimento da obrigação ocorrer na fase de execução contratual, entendida desde a recusa em retirar a nota de empenho ou assinar o contrato. (Inciso alterado pelo(a) Decreto 26993 de 12/07/2006)

§ 2º A penalidade de suspensão será publicada no Diário Oficial do Distrito Federal. (Parágrafo alterado pelo(a) Decreto 26993 de 12/07/2006)

§ 3º O prazo previsto no inciso IV poderá ser aumentado para até 05 (cinco) anos, quando as condutas ali previstas forem praticadas no âmbito dos procedimentos derivados dos pregões.

#### **SUBSEÇÃO IV**

##### **Da Declaração de Inidoneidade**

Art. 6º A declaração de inidoneidade será aplicada pelo Secretário de Estado ou autoridade equivalente do órgão de origem, à vista dos motivos informados na instrução processual. (Artigo alterado pelo(a) Decreto 27069 de 14/08/2006)

§ 1º A declaração de inidoneidade prevista neste artigo permanecerá em vigor enquanto perdurarem os motivos que determinaram a punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que a aplicou, e será concedida sempre que a contratada ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes de sua conduta e após decorrido o prazo da sanção. (Parágrafo alterado pelo(a) Decreto 27069 de 14/08/2006)

§ 2º A declaração de inidoneidade e/ou sua extinção será publicada no Diário Oficial do Distrito Federal, e seus efeitos serão extensivos a todos os órgãos/entidades subordinadas ou vinculadas ao Poder Executivo do Distrito Federal, e à Administração Pública, consoante dispõe o art. 87, IV, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993. (Parágrafo alterado pelo(a) Decreto 27069 de 14/08/2006)

#### **CAPÍTULO II**

##### **DAS DEMAIS PENALIDADES**

Art. 7º As licitantes que apresentarem documentos fraudulentos, adulterados ou falsificados, ou que por quaisquer outros meios praticarem atos irregulares ou ilegalidades para obtenção no registro no Cadastro de Fornecedores do Distrito Federal, administrado pela Subsecretaria de Compras e Licitações, estarão sujeitas às seguintes penalidades:

- I- suspensão temporária do certificado de registro cadastral ou da obtenção do registro, por até 24 (vinte e quatro) meses, dependendo da natureza e da gravidade dos fatos; e
- II- declaração de inidoneidade, nos termos do art. 6º deste Decreto
- III- (Inciso revogado pelo(a) Decreto 26993 de 12/07/2006)

Parágrafo único. Aplicam-se a este artigo as disposições dos §§ 2º e 3º do art. 5º deste Decreto. (Parágrafo acrescido pelo(a) Decreto 27069 de 14/08/2006)

Art. 8º As sanções previstas nos arts. 5º e 6º poderão também ser aplicadas às empresas ou profissionais que, em razão dos contratos regidos pelas Leis Federais nºs 8.666, de 21 de junho de 1993 ou 10.520, de 17 de julho de 2002: (Artigo alterado pelo(a) Decreto 27069 de 14/08/2006)

- I- tenham sofrido condenação definitiva por praticarem, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
- II- tenham praticado atos ilícitos, visando frustrar os objetivos da licitação;
- III- demonstrarem não possuir idoneidade para contratar com a Administração, em virtude de atos ilícitos praticados.

#### **CAPÍTULO III**

##### **DO DIREITO DE DEFESA**

Art. 9º É facultado à interessada interpor recurso contra a aplicação das penas de advertência, suspensão temporária ou de multa, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da ciência da respectiva notificação. (Artigo alterado pelo(a) Decreto 27069 de 14/08/2006)



§ 1º O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do recebimento do recurso, sob pena de responsabilidade.

§ 2º Na contagem dos prazos estabelecidos neste Decreto, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento, e considerar-se-ão os dias consecutivos, exceto quando for explicitamente disposto em contrário. ([Parágrafo alterado pelo\(a\) Decreto 26993 de 12/07/2006](#))

§ 3º ([Parágrafo revogado pelo\(a\) Decreto 27069 de 14/08/2006](#))

§ 4º Após o julgamento do(s) recurso(s), ou transcorrido o prazo sem a sua interposição, a autoridade competente para aplicação da sanção providenciará a sua imediata divulgação no sítio [www.fazenda.df.gov.br](http://www.fazenda.df.gov.br), inclusive para o bloqueio da senha de acesso ao Sistema de Controle e Acompanhamento de Compra e Licitações e Registro de Preços do Distrito Federal – e-compras, e aos demais sistemas eletrônicos de contratação mantidos por órgãos ou entidades da Administração Pública do Distrito Federal.

§ 5º Ficam desobrigadas do dever de publicação no Diário Oficial do Distrito Federal as sanções aplicadas com fundamento nos arts. 3º e 4º deste decreto, as quais se formalizam por meio de simples apostilamento, na forma do art. 65, §8º, da Lei nº 8.666, de 1993.

#### CAPÍTULO IV

##### DO ASSENTAMENTO EM REGISTROS

Art. 10. Toda sanção aplicada será anotada no histórico cadastral da empresa.

Parágrafo único. As penalidades terão seus registros cancelados após o decurso do prazo do ato que as aplicou.

#### CAPÍTULO V

##### DA SUJEIÇÃO A PERDAS E DANOS

Art. 11. Independentemente das sanções legais cabíveis, regulamentadas por este Decreto, a licitante e/ou contratada ficará sujeita, ainda, à composição das perdas e danos causados à Administração pelo descumprimento das obrigações licitatórias e/ou contratuais.

#### CAPÍTULO VI

##### DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 12. Os instrumentos convocatórios e os contratos deverão fazer menção a este Decreto, ressalvados [os casos em que o objeto exija penalidade específica. \(Artigo alterado pelo\(a\) Decreto 27069 de 14/08/2006\)](#)

Art. 13. As sanções previstas nos arts. 3º, 4º e 5º deste Decreto serão aplicadas pelo ordenador de despesas do órgão contratante, inclusive nos casos em que o descumprimento recaia sobre o contrato oriundo do Sistema de Registro de Preços. ([Artigo acrescido pelo\(a\) Decreto 26993 de 12/07/2006](#))

Art. 14. Os prazos referidos neste Decreto só se iniciam e vencem em dia de expediente no órgão ou na entidade. ([Artigo acrescido pelo\(a\) Decreto 27069 de 14/08/2006](#))

[Art. 15. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação. \(Artigo renumerado pelo\(a\) Decreto 26993 de 12/07/2006\) \(renumerado pelo\(a\) Decreto 27069 de 14/08/2006\)](#)

[Art. 16. Revogam-se as disposições em contrário. \(Artigo renumerado pelo\(a\) Decreto 26993 de 12/07/2006\) \(renumerado pelo\(a\) Decreto 27069 de 14/08/2006\)](#)



Brasília, 30 de maio de 2006.  
118º da República e 47º de Brasília  
Maria de Lourdes Abadia



Documento assinado eletronicamente por **DIRCEU FALCAO DA MOTA NETO - Matr. 16831**, **Presidente da Comissão Especial de Licitação para Contratação de Serviços de Publicidade**, em 13/06/2022, às 17:09, conforme Art. 22, do Ato do Vice-Presidente nº 08, de 2019, publicado no Diário da Câmara Legislativa do Distrito Federal nº 214, de 14 de outubro de 2019.



Documento assinado eletronicamente por **NATANI LEAL CORIOLANO - Matr. 23184**, **Membro da Comissão Especial de Licitação para Contratação de Serviços de Publicidade**, em 13/06/2022, às 17:15, conforme Art. 22, do Ato do Vice-Presidente nº 08, de 2019, publicado no Diário da Câmara Legislativa do Distrito Federal nº 214, de 14 de outubro de 2019.



Documento assinado eletronicamente por **DIOGO CARNEIRO FERREIRA - Matr. 23307**, **Membro da Comissão Especial de Licitação para Contratação de Serviços de Publicidade**, em 13/06/2022, às 17:16, conforme Art. 22, do Ato do Vice-Presidente nº 08, de 2019, publicado no Diário da Câmara Legislativa do Distrito Federal nº 214, de 14 de outubro de 2019.



Documento assinado eletronicamente por **DANIEL LUCHINE ISHIHARA - Matr. 18340**, **Membro da Comissão Especial de Licitação para Contratação de Serviços de Publicidade**, em 13/06/2022, às 17:51, conforme Art. 22, do Ato do Vice-Presidente nº 08, de 2019, publicado no Diário da Câmara Legislativa do Distrito Federal nº 214, de 14 de outubro de 2019.



Documento assinado eletronicamente por **JESSICA GONCALVES DA SILVA - Matr. 23204**, **Membro da Comissão Especial de Licitação para Contratação de Serviços de Publicidade**, em 13/06/2022, às 18:42, conforme Art. 22, do Ato do Vice-Presidente nº 08, de 2019, publicado no Diário da Câmara Legislativa do Distrito Federal nº 214, de 14 de outubro de 2019.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site:

[http://sei.cl.df.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](http://sei.cl.df.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0)

Código Verificador: **0822275** Código CRC: **26DCFBDE**.

Praça Municipal, Quadra 2, Lote 5, Piso Inferior, Sala TI-14 - CEP 70094-902 - Brasília-DF - Telefone: (61)3348-8653  
[www.cl.df.gov.br](http://www.cl.df.gov.br) - [celpublicidade@cl.df.gov.br](mailto:celpublicidade@cl.df.gov.br)

00001-00013567/2021-51

0822275v4



## EDITAL DA CONCORRÊNCIA Nº 01/2022-DICOM/CLDF ANEXO IX – PROJETO BÁSICO

PROJETO BÁSICO 2022-GP

Brasília, 03 de maio de 2022.

### PROJETO BÁSICO

Contratação de Serviço de Publicidade e Propaganda para a Câmara Legislativa do Distrito Federal

### INTRODUÇÃO

O presente documento tem por objetivo estabelecer o conjunto de requisitos para licitação com vistas à contratação de agência de publicidade e propaganda para prestação dos serviços de publicidade, para atender demandas de Comunicação Institucional e de Utilidade Pública da Câmara Legislativa do Distrito Federal.

### 1. ESPECIFICAÇÃO DO OBJETO

1.1. O objeto é a contratação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceitualização, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade institucional e de utilidade pública aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e do direito à informação, de divulgar atos, programas, serviços e campanhas com caráter informativo e de orientação social ao público em geral.

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

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

1.2.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.2 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre os aspectos socioeconômicos do DF e a respeito dos âmbitos de atuação da Câmara Legislativa do Distrito Federal que servirão de fundamentação para a concepção das campanhas publicitárias, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças.
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens.
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.3. Os serviços previstos no subitem 1.2. não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza. Devem vincular-se a objetivos sociais de interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social, não podendo constar nomes, símbolos, imagens ou expressões que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

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

1.4. Para a prestação dos serviços serão contratadas 03 (três) agências de propaganda, doravante denominadas agências, licitantes ou contratadas.

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

1.4.2. As agências atuarão por ordem e conta da Diretoria de Comunicação Social (DICOM/CLDF), em conformidade com o artigo 3º da Lei Federal 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.2, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.4.3. As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução total ou parcial de serviços previstos no item 1.

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

## **2. JUSTIFICATIVA**

2.1. A Câmara Legislativa do Distrito Federal utiliza a publicidade e a propaganda como meios auxiliares importantes na divulgação de suas atividades e atuação junto à sociedade. Por meio de campanhas e esforços individualizados e pontuais, a CLDF tem conseguido orientar a população sobre os seus direitos, trazendo à luz a importância de sua atuação como Casa de Leis onde, como reflexo da democracia, oferece espaço de livre discussão dando voz a todos os segmentos da sociedade. A contratação de uma agência de publicidade, que consiga agregar em seus produtos qualidade técnica com estratégias de mídia convencional e através das novas tecnologias, trará ganhos para a instituição por oferecer condições que permitirão dar ainda maior visibilidade aos temas das campanhas e o uso racional dos recursos destinados a este fim. A Câmara Legislativa do Distrito Federal deseja que suas campanhas sejam instrumentos de construção e reforço da cidadania, inculcando na sociedade a importância da participação de todos nesta construção.

## **3. ORÇAMENTO PREVISTO**

3.1. Tendo em vista o Detalhamento Setorial da Despesa da CLDF - DSD/2022, o orçamento estimado para Campanhas Publicitárias Institucionais é de R\$ 17.800.000,00 (dezesete milhões e oitocentos mil reais) e para Campanhas Publicitárias de Utilidade Pública é de R\$ 17.800.000,00 (dezesete milhões e oitocentos mil reais). Portanto, o valor estimado desta contratação é de R\$ 35.600.000,00 (trinta e cinco milhões e seiscentos mil reais).

## **4. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

4.1. O Plano de Publicidade e Propaganda/Comunicação da Câmara Legislativa tem vigência anual, sendo publicado no início de cada exercício legislativo.

4.2. As despesas para o pagamento do contrato correrão por conta dos recursos dos Grupos de Trabalho a seguir especificados:

a) 01.031.8204.8505.0020 - PUBLICIDADE E PROPAGANDA INSTITUCIONAL DA CLDF.

b) 01.031.8204.8505.8756 - PUBLICIDADE E PROPAGANDA DE UTILIDADE PÚBLICA DA CLDF.

## **5. REGIME, FORMA DE EXECUÇÃO E VIGÊNCIA**

5.1. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob regime de empreitada por preço global.

5.2. A execução será acompanhada e fiscalizada pela Diretoria de Comunicação Social - DICOM/CLDF.

5.3. O serviço deverá ser executado seguindo todas as orientações e exigências do Briefing/Demanda de Comunicação ou as especificações determinadas pela Divisão de Publicidade Institucional (DPI).

5.3.1. O pedido de criação/produção para a agência surge a partir da necessidade da DPI e/ou demanda de alguma outra Unidade Demandante que se faça instituída.

5.3.2. Os procedimentos de demanda, concorrência interna, seleção, execução e liquidação de despesas são regulados por normatização interna, através do Manual de Procedimentos das Ações de Publicidade e Comunicação Social que poderá ser revista e/ou atualizada através de Ato próprio com aprovação técnica do Comitê de Gestão e Governança Estratégica da DICOM.

5.4. O contrato terá prazo de vigência de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, se houver interesse entre as partes, mediante termo aditivo, na forma do art. 57, inciso II, da Lei Federal nº 8.666/93 e alterações subsequentes.

## **6. GARANTIA CONTRATUAL**

6.1. A empresa vencedora contratada deverá prestar garantia de 5% (cinco por cento) do valor do contrato e as posteriores renovações, se houver, podendo optar por uma das modalidades previstas em uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei nº

8.666/1993, à escolha de cada licitante vencedora:

a) caução em dinheiro, ou em títulos da dívida pública, devendo estes ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda (redação dada pela Lei nº 11.079, de 2004);

b) seguro-garantia; ou

c) fiança bancária.

6.2. Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito poderá ser feito na rede bancária, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do § 4º do art. 56 da Lei nº 8.666/1993.

6.3. Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:

a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de trinta dias;

b) a apólice deverá indicar seu respectivo contratante como beneficiário;

c) não será aceita apólice que contenha cláusula contrária aos interesses do contratante.

6.4. Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:

a) prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de 30 (trinta) dias;

b) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento ao respectivo contratante, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

c) renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro;

d) cláusula que assegure a atualização do valor afiançado, de acordo com o previsto neste Edital.

6.5. Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

a) ter valor de mercado correspondente ao valor garantido e ser reconhecido pelo Governo Federal, constando entre aqueles previstos na legislação específica;

b) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, podendo o respectivo contratante recusar o título ofertado, caso verifique a ausência desses requisitos.

6.6. A garantia prestada pela contratada será liberada ou restituída após o término da vigência do contrato de que é signatária, no prazo de 30 (trinta) dias úteis, contados da respectiva solicitação, mediante solicitação da contratada e a certificação pelo Executor do contrato de que os serviços foram realizados a contento.

6.7. Se o valor da garantia for utilizado em pagamento de quaisquer obrigações, inclusive indenização a terceiros, a contratada se obriga a fazer a respectiva reposição, no prazo máximo e improrrogável de 10 (dez) dias úteis, a contar da data em que for notificada pelo respectivo contratante.

6.8. Se houver acréscimo ao valor do contrato, a contratada se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, a contar da data que for notificada pelo respectivo contratante.

## **7. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

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

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

7.1.2. Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE no Distrito Federal, onde, para esse fim, manterá sede, escritório ou sucursal. A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

7.1.2.1. A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, que possui, no Distrito Federal, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, representada pelos seguintes profissionais:

a) 2 (dois) na área de atendimento;

b) 1 (um) na área de planejamento;

c) 1 (uma) dupla na área de criação;

- d) 2 (dois) nas áreas de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica;
- e) 2 (dois) na área de mídia.

7.1.3. Realizar com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos – todos os serviços relacionados com o objeto do contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

7.1.4. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto do contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à CONTRATANTE.

7.1.5. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas.

7.1.5.1. Pertencem à CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de tempos e ou espaços publicitários diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

7.1.5.1.1. O disposto no subitem 7.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

7.1.5.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

7.1.5.3. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

7.1.5.3.1. O desrespeito ao disposto no subitem 7.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas no contrato.

7.1.6. Negociar sempre as melhores condições de preço, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias da CONTRATANTE.

7.1.7. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados à CONTRATANTE:

I - fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados pela CONTRATANTE, aptos a fornecerem à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato;

III - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre integrantes do cadastro de fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV - exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

V - a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de inscrição do fornecedor no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatível com o serviço a ser fornecido.

7.1.7.1. Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE.

7.1.7.2. O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea 'a' do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666/1993 (alterado pelo Decreto n.º 9.412/18) está dispensado do procedimento previsto no subitem 7.1.7.1.

7.1.7.3. A CONTRATANTE procederá à verificação prévia, quando julgar conveniente, da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

7.1.7.4. Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, ao Executor do contrato.

7.1.7.5. Se, e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá:

a) Supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato;

7.1.7.6. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais do autor e conexos.

7.1.7.7. As disposições dos subitens 7.1.7.1 a 7.1.7.6 não se aplicam à compra de mídia.

7.1.8. Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto do contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

7.1.8.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

II - dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

7.1.9. Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito, para autorizar despesas com serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com o contrato.

7.1.9.1. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

7.1.10. Apresentar à CONTRATANTE, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

7.1.11. Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 7.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei nº 12.232/2010.

7.1.11.1. A CONTRATADA se obriga a apresentar novo estudo prévio à CONTRATANTE sempre que houver alterações no tocante a meios, praças e veículos dos quais se revela possível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente.

7.1.12. Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo da CONTRATANTE, sem ônus para esta:

a) TV e Cinema: cópias em arquivos digitais, em DVD ou CD;

b) Internet: cópias em arquivos digitais, em DVD ou CD;

c) Rádio: cópias em arquivos digitais, em DVD ou CD;

d) Mídia impressa e material publicitário: cópias em DVD ou CD, com arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados.

7.1.12.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD ou CD, caso atenda à solicitação da CONTRATANTE.

7.1.13. Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e/ou material produzidos, independentemente do disposto no subitem 7.1.12.

7.1.14. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta, etc.) aprovadas pela CONTRATANTE.

7.1.14.1. O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 7.1.12.

7.1.15. Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de sua prestação de serviços.

7.1.16. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições,

cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

7.1.17. Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato, que envolva o nome da CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização.

7.1.18. Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

7.1.19. Não caucionar ou utilizar o contrato como garantia para qualquer operação financeira.

7.1.20. Manter, durante a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações por esse assumidas, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o artigo 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

7.1.21. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e distritais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

7.1.22. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

7.1.23. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

7.1.24. 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.

7.1.24.1. No tocante ao recolhimento dos encargos sociais incidentes sobre a folha de pagamento dos empregados, a comprovação por parte da CONTRATADA deverá ser realizada mês a mês, nos termos da Lei Distrital nº 5.087/2013.

7.1.25. Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos, obrigações trabalhistas e fiscais

7.1.26. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

7.1.27. 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 da CONTRATANTE.

7.1.28. Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto do contrato.

7.1.29. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.

7.1.30. 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 com o cumprimento do contrato.

7.1.30.1. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que esta tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

7.1.31. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto do contrato.

7.1.32. Reparar, corrigir, remover ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, os serviços efetuados em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou dos materiais empregados.

7.1.33. Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes da execução do objeto, bem como por todo e qualquer dano causado à União ou à entidade federal, devendo ressarcir imediatamente a Administração em sua integralidade, ficando a Contratante autorizada a descontar da garantia, caso exigida no edital, ou dos pagamentos devidos à Contratada, o valor correspondente aos danos sofridos.

7.1.34. Responsabilizar-se pelo cumprimento das obrigações previstas em Acordo, Convenção, Dissídio Coletivo de Trabalho ou equivalentes das categorias abrangidas pelo contrato, por todas as obrigações trabalhistas, sociais, previdenciárias, tributárias e as demais previstas em legislação específica, cuja inadimplência não transfere a responsabilidade à Contratante.

7.1.35. A Contratada declara a inexistência de possibilidade de transferência ao Distrito Federal de responsabilidade por encargos trabalhistas, fiscais, comerciais e/ou previdenciários porventura inadimplidos, bem como a inexistência de formação de vínculo empregatício entre os empregados da Contratada e a Administração Pública do Distrito Federal.

7.1.36. A Contratada fica obrigada a apresentar, ao Distrito Federal:

I - até o quinto dia útil do mês subsequente, comprovante de recolhimento dos encargos previdenciários, resultantes da execução do Contrato.

II - comprovante de recolhimento dos encargos trabalhistas, fiscais e comerciais.

7.1.37. Constitui obrigação da contratada o pagamento dos salários e demais verbas decorrentes da prestação de serviço.

7.1.38. A contratada responderá pelos danos causados por seus agentes

7.1.39. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no artigo 3º, da Lei nº 8.666/1993, regulamentada pelo Decreto Federal nº 7.746/2012 e Lei Distrital 4.770/2012.

7.1.40. Implementar, caso ainda não tenha, o Programa de Integridade da Empresa, nos termos da Lei Distrital 6.112/2018.

7.1.40.1. O Programa de Integridade consiste no âmbito de uma pessoa jurídica, no conjunto de mecanismos e procedimentos internos de integridade, auditoria, controle e incentivo à denúncia de irregularidades e na aplicação efetiva de códigos de ética e de conduta, políticas e diretrizes com o objetivo de detectar e sanar desvios, fraudes, irregularidades e atos ilícitos praticados contra a Administração Pública do Distrito Federal.

7.1.41. Não fazer uso de mão de obra infantil, nos termos da Lei Distrital nº 5.061/2013.

7.1.42. Durante a execução do contrato fica vedado o uso de conteúdo discriminatório: contra a mulher, que incentive a violência ou que exponha a mulher a constrangimento, homofóbico ou qualquer outro que represente qualquer tipo de discriminação, especialmente voltados contra minorias em condições de vulnerabilidade, sob pena de rescisão do contrato e aplicação de multa, sem prejuízo de outras sanções cabíveis, nos termos do que dispõe a Lei 5.448/2015, regulamentada pelo Decreto Distrital 38.365/2017. (Parecer 57/2018 – PRCON/PGDF).

## **8. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

8.1. Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:

- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- b) comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte quatro) horas;
- c) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- d) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- e) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato;
- f) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

8.2. A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência que deu origem ao contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

8.3. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no artigo 3º da Lei nº 8.666/1993, regulamentada pelo Decreto Federal nº



7.746/2012 e Lei Distrital 4.770/2012.

8.4. A CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.4.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do artigo 19 da Lei nº 12.232/2010.

8.5. A CONTRATADA repassará à CONTRATANTE 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

8.5.1. Se a CONTRATADA fizer jus a benefício similar ao desconto de agência de que trata o subitem 8.4, repassará à CONTRATANTE o equivalente a 1/4 (um quarto) do desconto que obtiver em cada veiculação.

## **9. DA FISCALIZAÇÃO**

9.1. A contratante nomeará Comissão Executiva Permanente para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato resultante desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção, nos termos do art. 67 da Lei 8.666/93 e alterações posteriores.

## **10. DOS DIREITOS AUTORAIS**

10.1. A CONTRATADA cede à CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência do contrato, ressalvados os direitos de terceiros.

10.1.1. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas no contrato.

10.1.2. A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, durante a vigência do contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

10.1.3. A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Distrito Federal, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

10.1.3.1. Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com quem mantenham contrato, quando couber, realizar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

10.2. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamento que preveja a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

10.2.1. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 a 10.2.3.

10.2.1.1. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.1.1.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

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

10.2.2.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a

caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos no contrato.

10.3. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

10.4. A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços 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 patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE.

10.5. A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I - a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contado da data do pagamento do serviço, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II - que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

III - que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

10.6. A CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Distrito Federal. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente à CONTRATANTE.

## **11. LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS**

11.1. Para a liquidação e o pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pela CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - A correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome da CONTRATANTE, da qual constará o número do contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;

II - A primeira via do documento fiscal do fornecedor ou do veículo;

III - Os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega.

11.1.1. Os documentos de cobrança e demais informações necessários à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE, no endereço Sede da CONTRATANTE .

11.1.2. A Comissão Executora do contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

11.2. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

I - serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

II - veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.5.

11.2.1. A liquidação da despesa com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terá o tratamento previsto no inciso I do subitem 11.2.

11.2.2. Na ocorrência de falha local em programação em mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso II do subitem 11.2 a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.3. Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, serão conferidos e atestados pela Comissão Executora do contrato, por ocasião da análise das faturas apresentadas pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

11.3. O pagamento das despesas será feito de acordo com as Normas de Planejamento, Orçamento, Finanças, Patrimônio e Contabilidade do Distrito Federal, previstas no Decreto nº 32.598, de 15 de dezembro de 2010, em até 60 (sessenta) dias corridos após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2.

11.4. No tocante à veiculação, além do previsto no subitem 11.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I - Revista: exemplar original;

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

III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

11.4.1. Todos os comprovantes também devem ser apresentados em formato digital, em DVD ou CD.

11.4.2. Nos casos em que restar demonstrada, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

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

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

b) como alternativa ao conjunto de documentos previstos no inciso I deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

II - Mídia Exterior:

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

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

c) Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

III - Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, com o print da tela, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração.

11.4.3. Para as veiculações em blogs e sites comunitários, a CONTRATADA deverá apresentar relatório de exibição fornecido por empresa de AdServer.

11.4.3.1. A empresa de AdServer deverá ser contratada pela CONTRATANTE.

11.4.3.2. Caso seja demonstrada a impossibilidade de contratação de empresa de Adserver pela CONTRATANTE, esta deverá ser realizada pela CONTRATADA, sem ônus para a CONTRATANTE.

11.4.3.3. Na hipótese do item 11.4.3.2, a CONTRATANTE deverá aprovar a metodologia utilizada pela empresa de Adserver a ser contratada.

11.4.4. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem 11.4.2 serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

11.4.5. Novos formatos de comprovação, em observância à constante modernização dos veículos de comunicação, principalmente os que se utilizam das novas tecnologias, poderão ser incluídos ou alterados, mediante aprovação do Comitê de Governança e Gestão Estratégica da DICOM, através de Ato próprio, o qual deverá ser comunicado formalmente às CONTRATADAS.

11.5. Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da contratada, mediante consulta on-line, no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores-SICAF e no sítio do Tribunal Superior do Trabalho. Se a Contratada cadastrada no SICAF estiver com a documentação obrigatória vencida, deverá apresentar ao Contratante Certificado de Regularidade do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, fornecido pela CEF – Caixa Econômica Federal, devidamente atualizado (Lei n.º 8.036/90), prova de regularidade com a Fazenda Federal por meio da Certidão Conjunta de Débitos relativos aos Tributos Federais, inclusive contribuições previdenciárias, e à Dívida Ativa da União, expedida pelo Ministério da Fazenda/Secretaria da Receita Federal do Brasil (Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1.751/2014); Certidão de Regularidade com a Fazenda do Distrito Federal e Certidão de regularidade relativa a débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa, em plena validade, que poderá ser obtida no site [www.tst.jus.br/certidao](http://www.tst.jus.br/certidao).

11.6. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a CONTRATANTE, a seu juízo, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

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

11.7. No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IPCA-IBGE).

11.7.1. A CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes do contrato.

11.8. A CONTRATANTE não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

11.9. Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até 5 (cinco) dias úteis após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE pela agência bancária pagadora.

11.9.1. A CONTRATADA informará à CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pela CONTRATANTE e encaminhará relatório até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.9.1.1. Os dados e formato dos controles serão definidos pela CONTRATANTE, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento da CONTRATANTE, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

11.9.2. O não cumprimento do disposto nos subitens 11.9 e 11.9.1 ou a não justificativa formal para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

11.9.3. Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento serão de sua exclusiva responsabilidade.

11.10. A CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar e obedecidos os prazos legais.

## 12. CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO

12.1. Cada contratada centralizará o comando do serviço de publicidade prestado a seu respectivo contratante no Distrito Federal, onde, para esse fim, manterá sede, escritório ou sucursal. A seu juízo, as contratadas poderão utilizar-se de suas matrizes ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

12.2. No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura dos respectivos contratos, cada contratada deverá comprovar que possui, no Distrito Federal, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao respectivo contratante, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:

- a) 2 (dois) na área de atendimento;
- b) 1 (um) na área de planejamento;
- c) 1 (uma) dupla na área de criação;
- d) 2 (dois) nas áreas de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica;
- e) 2 (dois) na área de mídia.

12.3. Durante a execução do contrato fica vedado o uso de conteúdo discriminatório contra a mulher, que incentive a violência ou que exponha a mulher a constrangimento; homofóbico ou qualquer outro que represente qualquer tipo de discriminação, especialmente voltados contra minorias em condições de vulnerabilidade, sob pena de rescisão do contrato e aplicação de multa, sem prejuízo de outras sanções cabíveis, nos termos do que dispõe a Lei 5.448/2015, regulamentada pelo Decreto Distrital 38.365/2017. (Parecer 57/2018 – PRCO/PAGDF).

12.4. A Contratada se obriga a implementar, caso ainda não tenha, o Programa de Integridade da Empresa, nos termos da Lei Distrital 6.112/2018.

12.4.1. O Programa de Integridade consiste no âmbito de uma pessoa jurídica, no conjunto de mecanismos e procedimentos internos de integridade, auditoria, controle e incentivo à denúncia de irregularidades e na aplicação efetiva de códigos de ética e de conduta, políticas e diretrizes com o objetivo de detectar e sanar desvios, fraudes, irregularidades e atos ilícitos praticados contra a Administração Pública do Distrito Federal.

12.5. Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas no Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pelas respectivas licitantes vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência.

12.6. A contratada deve adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no artigo 3º da Lei nº 8.666/1993, regulamentada pelo Decreto Federal nº 7.746/2012 e Lei Distrital 4.770/2012.

12.7. O Prazo de Execução dos serviços deverá ser estabelecido de acordo com cada Demanda de Comunicação, no momento em que o briefing de campanha for encaminhado, ficando as Contratadas na obrigação de cumpri-lo.

12.7.1. No caso da impossibilidade de execução da demanda de comunicação no prazo estabelecido no briefing, as Contratadas deverão apresentar justificativa formal que deverá ser encaminhada ao Setor Demandante.

12.8. O Cronograma de Execução é objeto do Plano de Comunicação Anual elaborado pela Diretoria de Comunicação ao início de cada exercício.

12.9. O acompanhamento da execução, tanto quanto a gestão contratual fica a cargo da chefia da Divisão de Publicidade Institucional.

12.10. Os serviços serão solicitados à contratada de modo a garantir que o valor efetivamente realizado por ela, na vigência inicial de 12 (doze) meses deste contrato e possíveis prorrogações, não seja inferior a 25% (vinte e cinco por cento) e nem superior a 40% (quarenta por cento) do total executado pelas 03 (três) agências contratadas como resultado da concorrência que deu origem a este ajuste.

### **13. DA CLASSIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS E FORMA DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR**

13.1. Trata-se de serviço de natureza predominantemente intelectual, de caráter continuado e sem fornecimento de mão de obra em regime de dedicação exclusiva, a ser contratado mediante licitação, na modalidade concorrência, do tipo melhor técnica.

13.2. A prestação dos serviços não gera vínculo empregatício entre os empregados da CONTRATADA e a Administração CONTRATANTE, vedando-se qualquer relação entre estes que caracterize pessoalidade e subordinação direta.

### **14. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA**

14.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação condicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

## **INVÓLUCRO Nº 1**

14.2. No Invólucro nº 1 deverá estar condicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 16.2 e 16.3.

14.2.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver condicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela DICOM-CLDF.

14.2.2. O (s) invólucro(s) padronizado(s) deverá(ão) ser retirado(s) pela(s) interessada(s) de (dias e horários), na DICOM/CLDF - Praça Municipal, Quadra 2, Lote 5, Zona Cívico-Administrativa, 5º andar, Sala 5.37, Brasília-DF, devendo realizar o agendamento pelo telefone 0xx(61) 3348.8650 e pelo e-mail cpl@cl.df.gov.br. O invólucro n.º 1 estará à disposição dos interessados até às 17:30h do dia anterior à abertura desta Concorrência.

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

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

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

## **INVÓLUCRO Nº 2**

14.3. No Invólucro nº 2 deverá (ão) estar condicionado(s) o(s) Plano(s) de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 16.4.

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

### **INVÓLUCRO Nº 2**

**PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA**

**NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE**

**CONCORRÊNCIA Nº XX/2022-DICOM/CLDF**

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

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

## **INVÓLUCRO Nº 3**

14.4. O Invólucro nº 3 deverá conter a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 16.5 a 16.10.

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

### **INVÓLUCRO Nº 3**

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

**NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE**

**CONCORRÊNCIA Nº XX/2022-DICOM/CLDF**

14.4.2. O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

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

## 15. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇO

15.1. A Proposta de Preço deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionada no Invólucro nº 4.

## INVÓLUCRO Nº 4

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

### INVÓLUCRO Nº 4

#### PROPOSTA DE PREÇO

#### NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE

#### CONCORRÊNCIA Nº XX/2022-DICOM/CLDF

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

## 16. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

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

## PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA

16.2. Cada Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

- I - em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- II - capa (em branco) e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2;
- III - conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato;
- IV - espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir da borda;
- V - títulos, intertítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- VI - espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e intertítulos e entre parágrafos;
- VII - alinhamento justificado do texto;
- VIII - texto e numeração de páginas em fonte 'arial', cor 'automático', tamanho '12 pontos', observado o disposto nos subitens 16.2.1, 16.2.2 e 16.2.3;

IX - numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, localizada no centro do rodapé da página.

X - sem identificação da licitante.

16.2.1. As especificações do subitem 16.2 não se aplicam às peças e material de que trata a alínea 'b' do subitem 16.3.3.3 e à indicação prevista no subitem 16.3.3.3.5.

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

- a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte 'arial', cor 'automático', tamanho '10 pontos';
- c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 16.2.6, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

16.2.2.1. As especificações do subitem 16.2 aplicam-se à indicação prevista no subitem 16.3.3.2

16.2.3. Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- I - ser editados em cores;
- II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
- III - ter qualquer tipo de formatação de margem;
- IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

16.2.3.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser apresentadas na orientação paisagem.

16.2.4. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 16.2.

16.2.4.1. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 16.2.2.

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

16.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 16.3.3 estão limitados, no conjunto, a 8 (oito) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

16.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto na alínea 'c' do subitem 16.2.4, no subitem 16.2.4.1.

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

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

16.2.9.1. Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 16.2, no que couber.

16.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo I), observadas as seguintes disposições:

16.3.1. Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da DICOM-CLDF para solucionar o desafio de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no Briefing;

16.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para solucionar o desafio de comunicação e alcançar os objetivos de comunicação expressos no Briefing, compreendendo:

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



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

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

a) apresentar relação de todas as peças e/ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 16.3.2, com comentários sobre cada peça e ou material.

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

16.3.3.1. Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 16.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas esperadas de cada peça e ou material.

16.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante prever número de peças e/ou material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente', conforme estabelecido na alínea 'b' do subitem 16.3.3 e na alínea 'a' do subitem 16.3.3.3, a relação prevista na alínea 'a' do subitem 16.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

16.3.3.3. Os exemplos de peças e/ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 16.3.3:

a) estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;

b) podem ser apresentados sob a forma de:

b1) roteiro, leiaute e ou storyboard impressos, para qualquer meio;

b2) protótipo ou 'monstro', para peças destinadas a rádio e internet;

b3) storyboard animado ou animatic, para TV e cinema.

c) só serão aceitos finalizados em caso de não mídia.

16.3.3.3.1. Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

16.3.3.3.2. Os storyboards animados ou animatics e os protótipos ou 'monstros' poderão ser apresentados em DVD ou CD, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

16.3.3.3.3. Os protótipos ou 'monstros' de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

16.3.3.3.4. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e/ou passepartout, observado o disposto no subitem 16.2.4.1. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

16.3.3.3.5. Cada peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, 'monstro' internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 16.3.3.

16.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea 'a' do subitem 16.3.3.3, devem ser observadas as seguintes regras:

a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

c) peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de fingers – entre outros), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;

d) um hot site e todas as suas páginas serão considerados uma peça;

e) um filme e o hot site em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

f) um banner e o hot site para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

g) um hot site cuja página de abertura e/ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hot site, será considerado uma peça.

16.3.3.4.1. Na apresentação de proposta de hot site a que se refere a alínea 'g' do subitem 16.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

16.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função das verbas referenciais indicadas no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e/ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

16.3.4.1. Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 16.3.3 deverão constar dessa simulação.

16.3.4.2. Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de distribuição das peças e/ou material;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

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

d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia;

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não mídia.

16.3.4.3. Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

b) deverá ser observado o disposto no § 9 do art. 149 da Lei Orgânica do Distrito Federal;

c) ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/1965;

d) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

## **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA**

16.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e/ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

## **CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

16.5. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

16.5.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 16.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

16.5.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 16.5 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

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

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação

do início de atendimento de cada um deles;

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

c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

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

e) a 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 respectivo contratante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

## REPERTÓRIO

16.7. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

16.7.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 16.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

16.7.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no item 16.7 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

16.8. O Repertório será constituído de peças e/ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

16.8.1. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

16.8.1.1. As peças e/ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos, preferencialmente, a partir de 2018.

16.8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 16.7 ou ser apresentadas soltas.

16.8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 16.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

16.8.1.3.1. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

16.8.1.4. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 16.8.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea 'c' do subitem 17.3.1.

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

16.8.3. As peças e/ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pela CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

## RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

16.9. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por

quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

16.9.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 16.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 16.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

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

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

16.10.1. As propostas de que trata o subitem 16.10 devem ter sido implementadas, preferencialmente, a partir de 2018.

16.10.2. Se a licitante apresentar 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista na alínea 'd' do subitem 17.3.1.

16.10.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes.

16.10.3.1. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

16.10.4. É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e/ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato. Se incluídas:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 16.9 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 16.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

16.10.4.1. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

16.10.5. As peças e/ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

## **17. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

17.1. A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Projeto Básico e em seus anexos.

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

### **17.2.1. Plano de Comunicação Publicitária**

#### **17.2.1.1. Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:**

- a) das funções e do papel da DICOM-CLDF nos contextos social, político e econômico;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da DICOM-CLDF com seus públicos;
- c) das características da DICOM-CLDF e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) do desafio de comunicação previsto no Briefing, a ser enfrentado pela DICOM-CLDF;
- f) das necessidades de comunicação da DICOM-CLDF para solucionar esse desafio.

#### **17.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária**

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos ao desafio de comunicação expresso no Briefing;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da DICOM-CLDF com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta

para a solução do desafio de comunicação previsto no Briefing;

- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a DICOM-CLDF, o contexto no qual se insere, o desafio de comunicação, seus públicos e os objetivos de comunicação previstos no Briefing.
- g) coerência entre as ações propostas e a verba disponível;
- h) elaboração do conceito e definição da estratégia em respeito ao caráter institucional da comunicação pretendida.

#### 17.2.1.3. **Ideia Criativa**

- a) sua adequação ao desafio de comunicação previsto no Briefing;
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades da DICOM-CLDF e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados;
- i) a exequibilidade das peças e/ou do material;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos.

#### 17.2.1.4. **Estratégia de Mídia e Não Mídia**

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da DICOM-CLDF;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou do material;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

#### 17.2.2. **Capacidade de Atendimento**

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

#### 17.2.3. **Repertório**

- a) a ideia criativa e sua pertinência ao desafio que a licitante se propôs a resolver;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas;

#### 17.2.4. **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

- a) a evidência de planejamento publicitário;
- b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

- c) a relevância dos resultados apresentados;
- d) a concatenação lógica da exposição.

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

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

- a) Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)
  - a1) Raciocínio Básico: 15(quinze)
  - a2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte e cinco)
  - a3) Ideia Criativa: 20 (vinte)
  - a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 (dez)
- b) Capacidade de Atendimento: 15 (quinze)
- c) Repertório: 10 (dez)
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez)

17.3.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes critérios em cada quesito ou subquesito:

TABELA DE VALORES DOS QUESITOS E SUBQUESITOS					
QUESITO	Subquesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Pontos	Bloco
	Subquesito: Raciocínio Básico (A)	15	A1) das funções e do papel da DICOM-CLDF nos contextos social, político e econômico;	2,5	15
			A2) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da DICOM-CLDF com seus públicos;	2,5	
			A3) das características da DICOM-CLDF e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	2,5	
			A4) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;	2,5	
			A5) do desafio de comunicação previsto no Briefing, a ser enfrentado pela DICOM-CLDF;	2,5	
			A6) das necessidades de comunicação da DICOM-CLDF para solucionar esse desafio.	2,5	
	Subquesito: Estratégia de Comunicação publicitária (B)	20	B1) a adequação do partido temático e do conceito propostos ao desafio de comunicação expresso no Briefing	2,5	20
			B2) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto;	2,5	
			B3) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da DICOM-CLDF com seus públicos;	2,5	
			B4) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação previsto no Briefing;	2,5	
			B5) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;	2,5	
			B6) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a DICOM-CLDF, o contexto no qual se insere, o desafio de comunicação, seus públicos e os objetivos de comunicação previstos no Briefing.	2,5	
			B7) coerência entre as ações	2,5	

			propostas e a verba disponível	2,5	
			B8) elaboração do conceito e definição da estratégia em respeito ao caráter institucional da comunicação pretendida.	2,5	
	Subquesto: Ideia Criativa (C)	20	C1) adequação ao desafio e à estratégia de comunicação previsto no Briefing;	2,5	20
			C2) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida	2,5	
			C3) originalidade e criatividade.	2,5	
			C4) clareza da linguagem e adequação do vocabulário.	2,5	
			C5) inovação das propostas de linguagem e comunicabilidade.	2,5	
			C6) exequibilidade das peças/material apresentados.	2,5	
			C7) qualidade artística e técnica das apresentações.	2,5	
			C8) extensão e variedade de conteúdo subjetivo de qualidade (múltiplas interpretações favoráveis da ideia)	2,5	
	Subquesto: Estratégia de Mídia e Não Mídia (D)	10	D1) capacidade de sustentação da campanha (consistência do plano em relação ao público- alvo).	2,5	
			D2) conhecimento e análise dos hábitos de consumo do público-alvo e dos temas abordados.	2,5	
			D3) coerência entre as ações e os custos implicados (ex.: custo por mil).	2,5	
			D4) metodologia de aferição de resultados da campanha (ex.: custos de produção x gasto de verba de mídia).	2,5	
Questão: Capacidade de Atendimento (E)	15	15	E1) porte, tradição e diversificação dos clientes atuais da licitante	2,5	15
			E2) conceito e abrangência dos produtos e serviços de seus clientes no mercado	2,5	
			E3) habilidade técnica da equipe e sua adequação às necessidades de comunicação da DICOM-CLDF	2,5	
			E4) experiência em desenvolvimento de campanhas de caráter educativo, informativo ou de orientação social	2,5	
			E5) estrutura apresentada para estabelecer parceria técnica, operacional, gerencial e de acompanhamento da execução contratual com DICOM-CLDF	2,5	
			E6) recursos para avaliação de resultados, informações de marketing e comunicação das pesquisas de audiência e auditoria.	2,5	
Questão: Repertório (F)	10	10	F1) qualidade das propostas de soluções para resolução do desafio de comunicação.	2,5	10
			F2) qualidade artística e técnica das apresentações.	2,5	
			F3) originalidade do conjunto de elementos do projeto técnico e do material apresentado.	2,5	
			F4) criatividade do conjunto de elementos do projeto técnico e do material apresentado	2,5	

Quesito: Relatos de Solução de Problemas de Comunicação (G)	10	G1) consistência lógica da argumentação.	2,5	10
		G2) qualidade do planejamento e adequação ao desafio de comunicação.	2,5	
		G3) relevância dos resultados apresentados	2,5	
		G4) consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução	2,5	

17.3.2.1. Para obtenção das notas será utilizada a pontuação dos quesitos e subquesitos, cuja correspondência deve respeitar os blocos descritos na tabela de valores dos quesitos e subquesitos prevista no subitem 17.3.2.

17.3.2.2. A nota deverá apresentar uma casa decimal, utilizando-se o arredondamento das casas seguintes por emprego de um algarismo significativo; ou seja: valores menores do que 5 (cinco) não alteram a casa decimal. Valores superiores ou iguais a 5 (cinco) alteram a casa decimal em mais de uma unidade.

17.3.2.3. Para efeito de aferição da nota de cada quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como pontuação 6 (seis) níveis de notas, de acordo com a seguinte escala: 0,0 (nulo); 0,5 (insuficiente); 1,0 (médio inferior); 1,5 (médio); 2,0 (médio superior); 2,5 (superior).

17.3.3. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

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

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

17.3.3.3. A pontuação final da proposta técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de atendimento; Repertório; e Relatos de soluções de Problemas de comunicação.

17.3.4. Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as maiores notas.

17.4. Será desclassificada a Proposta que:

- não atender às exigências do presente Projeto Básico e de seus anexos;
- não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- não obter pontuação em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 17.2.1.1 a 17.2.1.4 e 17.2.2. a 17.2.4.

17.5. Se houver empate entre as licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 17.2.1, 17.2.2, 17.2.3 e 17.2.4.

17.6. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, em sessão pública.

## 18. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

18.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

- apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- elaborada em dois documentos distintos, descritos nos subitens 18.2 e 18.3;
- datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 18.2 e 18.3, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

18.2. A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do Anexo II.

18.3. A licitante deverá elaborar Declaração na qual:



- a) Estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pelo contratante:
- a1) aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;
- a2) aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado;
- b) comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao Contratante as vantagens obtidas.
- c) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na minuta de contrato.

18.4. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência dos contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

18.5. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

## 19. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇO

19.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Projeto Básico e em seus anexos.

19.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

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

- a) desconto inferior a 65% (sessenta e cinco por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;
- b) percentual de honorários superior a 3% (três por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;
- c) percentual de honorários superior a 3% (três por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- d) percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, e referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

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

19.3.2. A nota da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir:

19.3.3. A Comissão Especial de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Desconto / Honorário	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea 'a' do subitem 19.3	$P1 = 1 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'b' do subitem 19.3	$P2 = 3 \times (3 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'c' do subitem 19.3	$P3 = 3 \times (3 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'd' do subitem 19.3	$P4 = 5 \times (5 - \text{Honorários})$
Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos 'desconto' e 'honorários' serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo '%'	

19.3.3.1. A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 19.3.3, como segue:  $P = P1 + P2 + P3 + P4$ .

19.3.3.1.1. A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

19.3.3.1.2. Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:

- a) o maior percentual de desconto sobre o que se refere o item "a" do subquesto 19.3;
- b) o menor percentual de honorários incidente sobre o que se refere o item "b" do subquesto 19.3.

19.3.3.1.3. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em sessão pública.

## **20. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS**

20.1. O julgamento final das Propostas Técnica e de Preço desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo Melhor Técnica nos termos dos itens 17 e 19 retro.

20.2. Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas as 3 (três) licitantes mais bem-classificadas, no julgamento da Proposta Técnica – observado o disposto nos subitens 17.5 e 17.6 deste Projeto Básico – e que tiverem apresentado a proposta de menor preço ou que concordarem em praticar o menor preço entre as Propostas de Preços apresentadas pelas licitantes classificadas.

## **21. RECEBIMENTO E CRITÉRIO DE ACEITAÇÃO DO OBJETO**

21.1. A Câmara Legislativa do Distrito Federal, por meio da Chefia da Divisão de Publicidade Institucional, ou por servidor(a) por ela designado(a), será responsável por fiscalizar e notificar a contratada sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução dos serviços.

21.2. A fiscalização dos serviços pela Divisão de Publicidade Institucional não desobriga a contratada de sua responsabilidade quanto a sua perfeita execução, sendo que a ação ou a omissão total ou parcial dos atos da fiscalização por parte da DPI, não eximirá a contratada da total responsabilidade dos serviços ora contratados.

21.3. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da DPI.

21.4. A contratada adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, a suas expensas e nos prazos estipulados pela fiscalização.

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

21.6. A DPI reserva-se ao direito de rejeitar, no todo ou em parte, qualquer serviço executado equivocadamente ou em desacordo com as orientações passadas.

### **21.6.1. Plano de Comunicação Publicitária**

#### **21.6.1.1. Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:**

- a) das funções e do papel da DICOM-CLDF nos contextos, social, político, e econômico;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da DICOM-CLDF com seus públicos;
- c) das características da DICOM-CLDF e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) do desafio de comunicação previsto no Briefing, a ser enfrentado pela DICOM-CLDF;
- f) das necessidades de comunicação da DICOM-CLDF para solucionar esse desafio.

#### **21.6.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária**

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos ao desafio de comunicação expresso no Briefing;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da DICOM-CLDF com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação previsto no Briefing;
- e) a consistência lógica e a permanência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a DICOM-CLDF, o contexto no qual se insere, o desafio de comunicação, seus públicos e os objetivos de comunicação previstos no Briefing.

#### 21.6.1.3. **Ideia Criativa**

- a) sua adequação ao desafio de comunicação previsto no Briefing;
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que os constroem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua permanência às atividades da DICOM-CLDF e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- i) a exequibilidade das peças e ou do material;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

#### 21.6.1.4. **Estratégia de Mídia e Não Mídia :**

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a permanência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da DICOM-CLDF;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

## 22. **CRITÉRIOS DE ACEITABILIDADE DA PROPOSTA**

22.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

22.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

22.3. As propostas de preço serão apresentadas sob os seguintes critérios:

- a) desconto, a ser concedido ao Contratante, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal;
- b) honorários, a serem cobrados do Contratante, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;
- c) honorários, a serem cobrados do Contratante, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: % ( por cento);
- d) honorários, a serem cobrados do Contratante, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:

22.4. Entre os quesitos a serem valorados não será aceitos:

- a) desconto inferior a 65% (sessenta e cinco por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;
- b) percentual de honorários superior a 3% (três por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

c) percentual de honorários superior a 3% (três por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

d) percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, e referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

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

## **23. FUNDAMENTAÇÃO LEGAL**

23.1. Esta licitação está sob a égide da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis Federais nº 4.680, de 18.06.65, e nº 8.666, de 21.06.93 e alterações posteriores, Lei Distrital nº 3.184, de 29 de agosto de 2003, e Decreto Distrital nº 36.451/2015 e alterações posteriores.

## **24. DISPOSIÇÕES GERAIS**

24.1. O contrato será executado de forma indireta, sob a égide da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis Federais nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e alterações posteriores, e Lei Distrital nº 3.184, de 29 de agosto de 2003, e alterações posteriores

24.2. A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

24.3. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato do contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário da Câmara Legislativa e no Diário Oficial do Distrito Federal, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.

24.4. Constituem direitos e prerrogativas do CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/1993, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

24.5. São assegurados à CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei nº 8.078, de 11.9.90 (Código de Defesa do Consumidor).

24.6. A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições do contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

24.7. As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão disponibilizadas no sítio da CONTRATANTE e no Portal da Transparência na internet, em local específico para esse fim, garantindo o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

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

## **25. ANEXOS**

### **CONCORRÊNCIA N.º XX/2022 - DICOM/CLDF**

#### **ANEXO I - BRIEFING**

#### **INFORMAÇÕES GERAIS**

Somente após 30 anos desde a sua inauguração, Brasília pôde exercer sua autonomia política de forma integral, por força da promulgação da Constituição Federal de 1988, que estabeleceu:

Art. 32. O Distrito Federal, vedada sua divisão em Municípios, reger-se-á por lei orgânica, votada em dois turnos com interstício mínimo de dez dias, e aprovada por dois terços da Câmara Legislativa, que a promulgará, atendidos os princípios estabelecidos nesta Constituição.

Desse modo, em 1990, o Distrito Federal pôde escolher pelo voto direto os seus representantes e em 1º de janeiro de 1991, a Câmara Legislativa foi instalada no Distrito Federal. Foi nesta data que, pela primeira vez, 24 Deputados Distritais tomaram posse.

As sessões ocorrem ordinariamente de 1º de fevereiro a 30 de junho e de 1º de

agosto a 15 de dezembro e, extraordinariamente, nos casos previstos na Lei Orgânica. O Poder Legislativo é exercido no Distrito Federal pela Câmara Legislativa, composta por Deputados Distritais, representantes do povo, eleitos e investidos na forma da legislação federal, e organizada em órgãos (Mesa Diretora, Corregedoria, Ouvidoria, Comissão Representativa, Comissões Temáticas e Procuradoria Especial da Mulher, dentre outros).

Compete à Câmara Legislativa do Distrito Federal propor e aprovar leis, emendar a Lei Orgânica, promulgar leis nos casos de silêncio do Governador, expedir decretos legislativos e resoluções, além de apreciar vetos. Compete, ainda, fiscalizar e controlar os atos do Poder Executivo, incluídos os da administração indireta, contando, para tanto, com o auxílio do Tribunal de Contas do DF.

Como o Distrito Federal absorve as funções de estado e de município, sua Casa Legislativa atua como um misto de Assembleia Estadual e Câmara Municipal. Nesse cenário, a comunicação da Câmara Legislativa do Distrito Federal exerce um importante papel de interlocução entre os desejos e necessidades da população do DF e todo o processo de criação e aprovação de leis desta unidade da federação.

A Diretoria de Comunicação Social (DICOM), vinculada à Vice-Presidência da Casa, é o setor responsável por coordenar as ações de comunicação nas áreas de jornalismo, relações públicas e publicidade, contemplando também o planejamento e a execução das ações da TV Distrital. Para isso, suas ações devem obedecer a critérios de sobriedade e transparência, eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos, estabelecendo e supervisionando a adequação das diversas mensagens para os públicos.

## **A COMUNICAÇÃO DA CÂMARA LEGISLATIVA COMO INSTRUMENTO SOCIAL**

A Comunicação da Câmara Legislativa do Distrito Federal é uma ferramenta de fundamental importância para a ampliação do debate público, onde se estabelece um instrumento de abertura para a discussão e a possibilidade de dar voz às múltiplas faces da sociedade.

As novas tecnologias da informação, com o fortalecimento das mídias sociais na internet, ampliam ainda mais esse espaço, em que se quebra o paradigma da comunicação como simples fluxo informacional entre emissor ativo e receptor passivo, passando todos os atores sociais a serem emissores e receptores comunicacionais, onde a gestão de comunicação encontra-se no lugar de intermediar e direcionar o fluxo desta comunicação.

Esse fluxo de informação segue um planejamento de comunicação que deve ser endereçado a todos os públicos. A informação constitui o canal por meio do qual a Casa presta contas à sociedade a respeito do trabalho realizado. Além disso, a Câmara Legislativa também deve participar de esforços de difusão de temas sociais e de utilidade pública, abrindo diálogo sobre questões relevantes para a sociedade.

A política de Comunicação Social da Câmara Legislativa, por meio de ações jornalísticas, de relações públicas e de publicidade e propaganda, é pautada por contemplar a amplitude e a diversidade do universo a que se dirige. Para atingir esse objetivo, podem ser utilizados os mais variados meios disponíveis, privilegiando critérios técnicos de aferição de audiência e alcance, para fazer da transparência a regra primordial pela qual as atividades exercidas pelos deputados, no plenário e nas comissões, sejam levadas ao público externo. Como todo o trabalho da Casa influi diretamente na vida da população, as demandas por informação exigem que a comunicação seja uma necessidade a ser suprida com regularidade e eficiência.

As ações de publicidade e comunicação social da Câmara Legislativa do Distrito Federal, estão conceituadas com as seguintes espécies e conceitos:

a) – **PUBLICIDADE LEGAL**: destina-se a dar conhecimento dos balanços, atas, editais, decisões, avisos e outras informações da Câmara Legislativa com o objetivo de atender a prescrições legais. Compete à DICOM elaborar as peças de todos os atos legais produzidos pela Câmara Legislativa para serem publicados em veículos de grande circulação, conforme legislação federal e distrital. O conteúdo da publicidade legal será fornecido à DICOM pelos setores responsáveis, e ficará a cargo dessa diretoria o encaminhamento e acompanhamento das informações para publicação.

b) – **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL**: divulga atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados da Câmara Legislativa, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e fortalecer a Casa enquanto instituição pública, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas para o Distrito Federal.

c) – **PUBLICIDADE DE UTILIDADE PÚBLICA** divulga direitos, produtos e serviços colocados à disposição dos cidadãos, a fim de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para adotar comportamentos que lhe tragam benefícios individuais ou

coletivos e que melhorem a sua qualidade de vida.

O foco da Comunicação Social da Câmara Legislativa é a eficácia e a eficiência do investimento publicitário. Esse objetivo é atingido por meio da priorização de veículos de comunicação que tenham comprovado alcance junto à população, com a utilização de critérios técnicos de aferição de audiência e retorno desse investimento. Poderá ser utilizada, com a devida justificativa e respeitando os critérios técnicos, a veiculação em veículos que atinjam públicos segmentados específicos.

Por fim, a Câmara Legislativa do Distrito Federal foi criada com a função primordial de elaborar as leis para o desenvolvimento do DF, influenciando na melhoria da qualidade de vida dos seus habitantes, assim como fiscalizar os atos e as ações do Poder Executivo. É por esse motivo que é necessário que a transparência seja uma característica permanente em todos os níveis comunicacionais.

## **DA COMUNICAÇÃO NO PODER LEGISLATIVO**

A Comunicação do Poder Legislativo reveste-se de uma particularidade que deve ser observada desde sua concepção até o momento de escolha dos meios para sua divulgação.

O Poder Executivo tem como objeto de sua comunicação elementos tangíveis e visíveis, podendo, portanto, comunicar-se, de forma explícita, com o cidadão mostrando obras, ações e benefícios reais e práticos para a população. Já o Poder Legislativo tem como objeto elementos com menos tangibilidade, mesmo que se revertam de forma concreta em benefícios para a sociedade. Suas leis, ações e projetos de iniciativa própria devem ser perfeitamente compreendidos como fundamentais para defender e atender aos interesses da população.

É fato que o Legislativo é o poder mais próximo à realidade do dia-a-dia do cidadão e portanto, assim deve ser entendido: como vetor de cidadania e essencial para melhoria de vida dos grupos sociais em toda sua multiplicidade.

O fato de a Câmara Legislativa do Distrito Federal ser composta por um corpo multipartidário, com visões muitas vezes divergentes, representa um grande desafio para sua comunicação. Ao mesmo tempo em que deve ser absorvida como coesa e orientada em sentido único, também deve ser agregadora e apta a abarcar em seu arcabouço a voz de toda a diversidade social.

## **SITUAÇÃO GERAL**

As ações de Comunicação Social da Câmara Legislativa do Distrito Federal são realizadas para divulgar as atividades e a atuação do Poder Legislativo, bem como estimular a população a participar das tomadas de decisão de interesse da sociedade brasileira. A participação popular é, afinal, um dos pilares da democracia. As ações de comunicação social apresentarão os avanços decorrentes do trabalho da Câmara Legislativa, explicitando o caráter aberto e receptivo de uma verdadeira Casa do Povo. Por isso, torna-se necessária uma estratégia consistente e sólida, englobando os meios de comunicação internos (página na internet, Diário da Câmara Legislativa, TV Distrital, jornal institucional, rádio, entre outros) e externos (emissoras de rádio e de televisão abertas e a cabo, jornais diários e alternativos, revistas, outdoors, blogs, portais, mídias sociais na internet, entre outros).

Integra a estratégia de comunicação o apoio institucional e/ou financeiros da Câmara Legislativa, bem como a participação da instituição em eventos culturais, para divulgar as atividades do Poder Legislativo, na forma prevista na Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela Administração Pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de publicidade e propaganda.

A comunicação da Câmara Legislativa do Distrito Federal é pautada pelo princípio constitucional da publicidade e do direito à informação da população. E tem o objetivo de divulgar, com transparência, os seus papéis, ações e serviços colocados à disposição dos cidadãos, conforme preceitua o artigo 258 da LODF:

A comunicação é bem social a serviço da pessoa humana, da realização integral de suas potencialidades políticas e intelectuais, garantido o direito fundamental do cidadão a participar dos assuntos da comunicação como maiores interessados por seus processos, formas e conteúdo.

## **SITUAÇÃO ESPECÍFICA**

Desde o início da atual legislatura, diversas foram as ações no sentido de modernizar a Câmara Legislativa e consolidar a transparência como valor fundamental em todos os aspectos da atuação legislativa. Entre as ações estão:

## **Novo Portal CLDF**

Em 2020, foi lançado o Novo Portal da Câmara Legislativa do Distrito Federal, fruto de um trabalho multidisciplinar em que buscou-se aprimorar a capacidade do cidadão em interagir e conhecer em tempo real as ações da CLDF, aplicando conceitos de navegabilidade, responsividade e interação.

A nova arquitetura de informação facilitou, por exemplo, o acesso ao trabalho das Comissões Temáticas - que agora contam com menu exclusivo - e aos perfis dos deputados, que passam a ser exibidos com destaque na página principal. Documentos mais acessados, tais como Ordem do Dia e Diário da Câmara Legislativa, contam com links de acesso rápido. Serviços como Ouvidoria, Portal SEI, e-Democracia, Portal Dados Abertos e a TV Distrital estão facilmente acessíveis. O novo portal permitiu maior interação com as redes sociais da Casa. Além de trazer atalhos para os perfis da CLDF no Facebook, Instagram, Twitter, YouTube e Flickr, as notícias produzidas podem ser compartilhadas direto do portal.

## **Implantação do Painel Eletrônico e do Processo Legislativo Eletrônico (PLE)**

Foi inaugurado o Painel Eletrônico de Votações que ampliou a transparência e agilidade do trabalho legislativo. Entre as diversas funcionalidades, estão os registros de votos e registro de presenças e ausências, que possibilita a conclusão de processo de votação em segundos, além de facilitar o acesso da população à informação relativa aos trabalhos legislativos da Casa.

O Sistema do Processo Legislativo Eletrônico (PLE) contribui para otimizar a gestão dos procedimentos relativos à tramitação de proposições, totalmente em ambiente virtual.

Além da facilidade no acompanhamento, o cidadão pode cadastrar e receber, pelo smartphone, informações sobre a tramitação de projetos de seu interesse ou de sua comunidade, concentrando na mesma plataforma a tramitação de matérias desde a sua proposição até a sanção do governador.

## **Novo Portal da Transparência e Sistema de Verbas Indenizatórias**

O Novo Portal da Transparência, também lançado em 2020, é um espaço para acompanhar como o Legislativo do Distrito Federal emprega seus recursos orçamentários. A ferramenta torna a fiscalização mais simples, com informações organizadas por assunto e temas. Nele, o cidadão pode ver os dados em forma de painéis navegáveis e mais intuitivos.

No Portal da Transparência, estão gráficos dos gastos de verba indenizatória, do mapa dos recursos humanos, informações sobre contratos com empresas e licitações. Além disso, também é possível pesquisar a situação das proposições e projetos em tramitação e utilizar a superbusca, ferramenta que facilita a pesquisa dentro de todo o site. O objetivo é que o cidadão possa saber onde e como estão sendo investidos os recursos de forma clara e para qual finalidade o recurso está sendo executado.

O Sistema de Verbas Indenizatórias permite o acompanhamento dos recursos destinados ao ressarcimento de despesas relacionadas às atividades dos mandatos parlamentares, para que o cidadão possa também acompanhar com mais agilidade e transparência a aplicação dessas verbas.

## **Agência de Notícias**

Voltada à cobertura jornalística das atividades institucionais do parlamento local, a Agência CLDF é um meio de divulgação de notícias tanto no Portal como nas redes sociais da Casa. Representa um canal aberto a contribuir com veículos de imprensa e assessorias parlamentares e a informar aqueles que desejam participar mais efetivamente do exercício democrático.

A Agência CLDF existe para ser fonte primária, confiável e acessível de informações sobre a Câmara Legislativa. O objetivo é levar ao conhecimento público, de forma simples e didática, todo o trâmite legislativo: do projeto apresentado à lei publicada; da análise pelas comissões até a votação em plenário.

## **Aplicativo Agora é Lei**

Aplicativo para consulta das cerca de 6.600 leis distritais aprovadas pela Câmara Legislativa, reunindo toda a legislação produzida pela Casa, desde sua implantação há mais de 30 anos.

No aplicativo, as leis podem ser consultadas por temas, autoria (dos mais de 120 parlamentares que já passaram pela CLDF), data e número.

O aplicativo permite que o cidadão pesquise com facilidade as leis do Distrito Federal,

fornecendo acesso simples e transparente com poucos cliques.

### **TV Câmara Distrital**

Lançada em 2021, a TV Câmara Distrital é uma das maiores e mais relevantes ações do legislativo distrital desde o início de sua fundação em 1991.

A nova emissora aberta do Distrito Federal tem 24 horas de programação, que conta com transmissões ao vivo do trabalho legislativo, conteúdo jornalístico, educativo, sociocultural e científico, além de campanhas institucionais e de utilidade pública. A TV Câmara Distrital veio aproximar ainda mais a população de Brasília do Poder Legislativo.

Além de dar transparência às ações legislativas, a TV Câmara Distrital contribuirá com registros da história e cultura do Distrito Federal.

Disponível em canal aberto, no canal 9.3, exibirá conteúdo próprio e de parceiros por meio de acordos de cooperação técnica com outros órgãos públicos. Entre eles, a UnBTV, da Universidade de Brasília, e a Rede Legislativa, formada por emissoras de assembleias estaduais e municipais, o Sebrae-DF e o Governo do Distrito Federal.

A iniciativa é um passo definitivo para tornar a Câmara Legislativa a Casa de Leis mais transparente do Brasil.

### **Conclusão**

Por fim, após o lançamento das ferramentas citadas, é fundamental que a população perceba todas essas ações como integrantes de um conjunto único que hoje alça a Câmara Legislativa do Distrito Federal ao patamar de Casa de Leis mais transparente do Brasil, reforçando que todas essas ações representam um marco de modernidade, transparência e diálogo com a sociedade, fortalecendo a importância e consolidando a imagem da CLDF como uma Casa fundamental para o exercício pleno da cidadania do seu povo.

### **DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO**

Além dos desafios próprios da comunicação do Poder Legislativo, a comunicação deverá estar alinhada com os novos hábitos de consumo de mídia, especialmente nos meios eletrônicos e mídias sociais. Deverão ser criadas linhas autônomas de atuação na internet com linguagem apropriada para cada canal utilizado, explorando ao máximo os recursos tecnológicos para uma melhor expansão e compreensão da mensagem que se deseja comunicar.

A divulgação deverá ser realizada por meio da criação e veiculação de campanhas publicitárias institucionais ou de utilidade pública, exposições, documentários, publicações (livros, revistas e jornais) de caráter jornalístico, sites na internet, programas de rádio, mídia exterior, entre outros. A estratégia poderá prever ainda a confecção de produtos especiais, impressos ou eletrônicos, destinados a divulgar informações sobre temas específicos. As ações, peças e campanhas publicitárias podem ser compostas por textos, fotografias, desenhos, ilustrações, mapas, croquis, gráficos, infográficos, imagens em movimento (vídeos), investidas ou não de recursos de computação gráfica, músicas, cantos, efeitos sonoros, locução e depoimento de personagens reais ou fictícios.

### **OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO**

#### **Objetivo Geral**

Consolidar a imagem da Câmara Legislativa como referência em transparência ativa e fundamental para o exercício da cidadania do cidadão brasileiro.

#### **Objetivos Específicos**

I - Tornar claras as ações da Câmara Legislativa no sentido de ampliar a transparência e a participação popular;

II - Fortalecer a imagem da Câmara Legislativa como referência em modernidade;

III - Fortalecer a imagem da Câmara Legislativa como Casa fundamental para o exercício pleno da cidadania;

IV - Incentivar a população a utilizar as ferramentas tecnológicas criadas pela Câmara Legislativa.

#### **Público-alvo**







Documento assinado eletronicamente por **JULIANA CABRAL PERISSE - Matr. 23079**, Técnico Legislativo, em 03/05/2022, às 18:05, conforme Art. 22, do Ato do Vice-Presidente nº 08, de 2019, publicado no Diário da Câmara Legislativa do Distrito Federal nº 214, de 14 de outubro de 2019.



Documento assinado eletronicamente por **DANIEL LIMA DE AMORIM GALINDO - Matr. 22838**, Chefe do Núcleo de Publicidade Institucional e de Utilidade Pública, em 03/05/2022, às 18:09, conforme Art. 22, do Ato do Vice-Presidente nº 08, de 2019, publicado no Diário da Câmara Legislativa do Distrito Federal nº 214, de 14 de outubro de 2019.



Documento assinado eletronicamente por **JAQUELINE MELO BONFIM - Matr. 22633**, Chefe da Divisão de Taquigrafia e Apoio ao Plenário, em 03/05/2022, às 18:12, conforme Art. 22, do Ato do Vice-Presidente nº 08, de 2019, publicado no Diário da Câmara Legislativa do Distrito Federal nº 214, de 14 de outubro de 2019.



Documento assinado eletronicamente por **BRUNO LIMA TEIXEIRA - Matr. 23183**, Técnico Legislativo, em 03/05/2022, às 18:12, conforme Art. 22, do Ato do Vice-Presidente nº 08, de 2019, publicado no Diário da Câmara Legislativa do Distrito Federal nº 214, de 14 de outubro de 2019.



Documento assinado eletronicamente por **FRANCISCO DAS CHAGAS PAIVA DA SILVA - Matr. 23207**, Chefe da Divisão de Orçamento, Finanças e Contabilidade, em 03/05/2022, às 18:41, conforme Art. 22, do Ato do Vice-Presidente nº 08, de 2019, publicado no Diário da Câmara Legislativa do Distrito Federal nº 214, de 14 de outubro de 2019.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site:

[http://sei.cl.df.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orqao\\_acesso\\_externo=0](http://sei.cl.df.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orqao_acesso_externo=0)

Código Verificador: **0774815** Código CRC: **5A5518A5**.

Praça Municipal, Quadra 2, Lote 5, 5º Andar, GMD 1– CEP 70094-902– Brasília-DF– Telefone: 6133488823  
[www.cl.df.gov.br](http://www.cl.df.gov.br) - [presidencia@cl.df.gov.br](mailto:presidencia@cl.df.gov.br)

00001-00013567/2021-51

0774815v9