

neste Capítulo.

Art. 96 Nas licitações destinadas a contratação de serviços de publicidade e comunicação, prestados por intermédio de agências de propaganda, serão adotados os critérios de julgamento "melhor técnica" ou "melhor combinação técnica e preço", sendo o certame direcionado pela Comissão Permanente ou Especial de Licitação com auxílio da Comissão Técnica de Avaliação, devidamente constituída na forma do art. 8º, IX, deste Regulamento.

Parágrafo único. Os integrantes da Comissão Técnica de Avaliação não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

Art. 97 Consideram-se serviços de publicidade e comunicação o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

Parágrafo único. Nas contratações de serviços de publicidade e comunicação, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

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

II- À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

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

Art. 98 Os serviços de publicidade previstos neste Capítulo serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, que poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP.

Art. 99 A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas neste Capítulo obedecerá às exigências do art. 19, deste Regulamento e as seguintes:

I- As informações suficientes para que os interessados elaborem propostas serão estabelecidas em um briefing, de forma precisa, clara e objetiva;

II- As propostas de preços serão apresentadas em 01 (um) invólucro e as propostas técnicas em 03 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica.

III- A proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária pertinente às informações expressas no briefing, e de um conjunto de informações referentes ao proponente;

IV- O formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação publicitária será padronizado quanto ao seu tamanho, às fontes tipográficas, ao espaçamento de parágrafos, às quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, observada a exceção prevista no inciso VII deste artigo;

V- A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

VI- Para apresentação pelos proponentes do conjunto de informações de que trata o inciso III deste artigo, poderão ser fixados o número máximo de páginas de texto, o número de peças e trabalhos elaborados para seus clientes e as datas a partir das quais devam ter sido elaborados os trabalhos, e veiculadas, distribuídas, exibidas ou expostas as peças;

VII- Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação;

VIII- Será vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro da via identificada do plano de comunicação publicitária;

IX- Será vedada a aposição, ao invólucro destinado ao conjunto de informações, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura da via identificada do plano de comunicação publicitária;

X- Será desclassificado o Licitante que descumprir o disposto nos incisos VIII e IX deste artigo e demais disposições do instrumento convocatório.

XI- A proposta de preço conterá quesitos representativos das

formas de remuneração vigentes no mercado publicitário;

XII- Serão fixados critérios objetivos e automáticos de identificação da proposta mais vantajosa para a administração, no caso de empate na soma de pontos das propostas técnicas, nas licitações do tipo "melhor técnica";

XIII- O invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido previamente pela CAZBAR, sem nenhum tipo de identificação.

XIV- O plano de comunicação publicitária e o conjunto de informações, ambos integrantes da proposta técnica, serão compostos de quesitos objetivamente definidos e indicados.

Parágrafo único. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Comissão Técnica de Avaliação, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro da via identificada do plano de comunicação publicitária.

Art. 100 Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à Comissão Permanente ou Especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório, sendo que o processamento e o julgamento da licitação obedecerão aos procedimentos estabelecidos no instrumento convocatório.

Parágrafo único. A Comissão Permanente ou Especial não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

Art. 101 Os custos e as despesas de veiculação apresentados à CAZBAR para pagamento quando da execução do contrato deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, quando cabível.

Parágrafo único. Pertencem à CAZBAR as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

Art. 102 As agências contratadas deverão, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

Art. 103 No caso de campanhas publicitárias, os valores correspondentes ao desconto-padrão de agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta da CAZBAR, constituem receita da agência de publicidade e, em consequência, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do desconto-padrão à agência de publicidade for efetivado por meio de veículo de divulgação.

Art. 104 É facultativa a concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação e sua aceitação por agência de propaganda, e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência.

§ 1º A equação econômico-financeira definida na licitação e no contrato não se altera em razão da vigência ou não de planos de incentivo, cujos frutos estão expressamente excluídos dela.

§ 2º As agências de propaganda não poderão, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CAZBAR, 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.

Art. 105 Os casos de subcontratação relacionados aos serviços de publicidade e comunicação deverão obedecer ao artigo 14 da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010 e art. 213 e seguintes deste Regulamento.

TÍTULO V DOS PROCEDIMENTOS AUXILIARES DAS LICITAÇÕES CAPÍTULO I DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 106 São procedimentos auxiliares das licitações da CAZBAR:

I- Pré-qualificação permanente;

II- Cadastramento;

III- Sistema de registro de preços;

IV- Catálogo eletrônico de padronização.

Parágrafo único. Os procedimentos mencionados no caput, quando utilizados, antecedem as licitações, configurando instrumentos preparatórios das mesmas.

CAPÍTULO II DA PRÉ-QUALIFICAÇÃO PERMANENTE

Art. 107 Considera-se pré-qualificação permanente o procedimento anterior à licitação destinado a identificar:

I- Fornecedores ou Prestadores de serviços que reúnam condições de habilitação exigidas para o fornecimento de bem ou a execução de serviço ou obra nos prazos, locais e condições

previamente estabelecidos;

II- Bens que atendam às exigências técnicas e de qualidade estabelecidas pela CAZBAR.

§ 1º Poderá ser restringida a participação nas licitações a fornecedores, prestadores de serviços ou produtos pré-qualificados, nas condições estabelecidas no instrumento convocatório.

§ 2º A pré-qualificação poderá ser efetuada nos grupos ou segmentos, segundo as especialidades dos fornecedores.

§ 3º A pré-qualificação poderá ser parcial ou total, contendo alguns ou todos os requisitos de habilitação ou técnicos necessários à contratação, assegurada, em qualquer hipótese, a igualdade de condições entre os concorrentes.

Art. 108 A pré-qualificação terá validade máxima de 01 (um) ano, podendo, a critério da CAZBAR, ser atualizada a qualquer tempo.

Art. 109 Sempre que a CAZBAR entender conveniente iniciar procedimento de pré-qualificação de fornecedores ou bens, deverá convocar os interessados para que demonstrem o cumprimento das exigências de qualificação técnica ou de aceitação de bens, conforme o caso.

§ 1º A convocação de que trata o caput será realizada mediante:

I- Publicação de extrato do instrumento convocatório de pré-qualificação no Diário Oficial do Estado;

II- Publicidade de extrato do edital de pré-qualificação em sítio eletrônico da CAZBAR.

§ 2º A convocação explicitará as exigências de qualificação técnica ou de aceitação de bens, conforme o caso.

Art. 110 A CAZBAR divulgará no seu sítio eletrônico oficial a relação dos produtos e dos fornecedores pré-qualificados.

Art. 111 Caberá recurso no prazo de 05 (cinco) dias úteis contados a partir da data da intimação do ato que defira ou indefira pedido de pré-qualificação de interessados, observado o disposto nos arts. 63 a 65 deste Regulamento, no que couber.

Art. 112 A CAZBAR, justificadamente, poderá instaurar licitação restrita aos pré-qualificados, desde que:

I- A convocação para a pré-qualificação discrimine que as futuras licitações serão restritas aos pré-qualificados;

II- Na convocação a que se refere o inciso I conste estimativa de quantitativos mínimos que a CAZBAR pretende adquirir ou contratar nos próximos 12 (doze) meses e contenha os prazos para publicação do instrumento convocatório da licitação;

III- A pré-qualificação seja total, contendo todos os requisitos de habilitação técnica ou de qualidade necessários às contratações;

IV- Conste do processo administrativo justificativa demonstrando a conveniência e oportunidade de se restringir a participação na licitação apenas dos fornecedores ou produtos pré-qualificados, especialmente em face da preservação da competitividade mínima.

§ 1º Só poderão participar da licitação restrita aos pré-qualificados, os licitantes que na data da publicação do respectivo instrumento convocatório:

I- Já tenham apresentado a documentação exigida para a pré-qualificação, ainda que o pedido de pré-qualificação não tenha sido apreciado e seja deferido posteriormente; e

II- Estejam regularmente cadastrados.

§ 2º No caso de realização de licitação restrita, a CAZBAR enviará convite por meio eletrônico a todos os pré-qualificados no respectivo segmento para participar da licitação.

§ 3º O convite de que trata o § 2º deste artigo não exclui a obrigação de atendimento aos requisitos de publicidade do instrumento convocatório.

Seção I

Do Sistema de Qualificação Prévia de Produtos

Art. 113 As aquisições de produtos devem ocorrer mediante prévio cadastro no Catálogo de Materiais da CAZBAR, sob responsabilidade da Gerência de Patrimônio e Serviços Gerais.

Art. 114 Os produtos devem ser codificados e as especificações devem constar eletronicamente do sistema.

Art. 115 Todos os produtos, exceto os que não forem passíveis de padronização, devem ser disponibilizados para consulta no sítio eletrônico da CAZBAR na internet, acompanhados das respectivas especificações e marcas já qualificadas.

Art. 116 A pré-qualificação ficará permanentemente aberta para a inscrição dos eventuais interessados devendo a CAZBAR, a cada 03 (três) meses, promover a publicidade deste procedimento por meio de aviso em sítio eletrônico.

Art. 117 Do aviso de convocação deve constar o local para obtenção dos procedimentos e exigências para pré-qualificação.

Art. 118 Materiais e equipamentos adquiridos por eventuais interessados aplicados em obras da CAZBAR devem ter suas marcas devidamente cadastradas no Catálogo de Materiais da CAZBAR.

§ 1º Para fins de cadastramento, as empresas, na condição de fabricante ou revendedoras de materiais ou equipamentos, deverão acessar o sítio de internet da CAZBAR, no endereço que constar do respectivo aviso de convocação e atender às Instruções de Homologação.

§ 2º Caso não haja uma instrução para Homologação pertinente ao produto, material ou equipamento de interesse da empresa,