

PROCESSO DE LICITAÇÃO 030/2022

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/2022

TIPO TÉCNICA E PREÇO

1.0 DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1 O MUNICÍPIO DE TIMBAÚBA, por meio da Comissão Permanente de Licitação, designada pela Portaria nº 001/2022, torna público, para ciência dos interessados, que realizará na sala da CPL, sita à Rua Dr. Alcebíades, 276, centro, nesta cidade, **no dia 05/07/2022 às 10:00 horas**, licitação, na modalidade de CONCORRÊNCIA, do tipo TÉCNICA E PREÇO, para a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA ATENDER AS DEMANDAS DA PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA/PE.**

1.2 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, em total conformidade com os termos e condições estabelecidas na licitação e no respectivo instrumento contratual.

1.3 De forma complementar, esta concorrência será realizada com base na Instrução Normativa MP nº 05/2017, observadas as regras estabelecidas na Lei nº 12.232/2010 aplicáveis a este objeto.

1.4 De acordo com o Art. 11, inc. XI da Lei nº 12.232/10. A Documentação da Habilitação somente será aberta após o Julgamento Final, e apresentada apenas pelas licitantes classificadas no Julgamento Final.

1.5 Em caso de suspensão da sessão para análise e julgamento da documentação ou propostas o resultado deverá ser divulgado através de publicação no Diário Oficial dos Municípios do Estado de Pernambuco (AMUPE), sem prejuízo das demais disposições contidas na Lei Federal nº 8.666/93.

1.6 Caso não haja expediente no dia indicado para a sessão de recebimento e abertura dos envelopes, será o respectivo evento transferido para o primeiro dia útil subsequente, mantidos o horário e o local preestabelecidos;

1.7 Envelopes propostas de preços e Habilitação, eventualmente encaminhadas pelos Correios ou transportadoras, só serão consideradas para efeito de participação na presente licitação, quando recebidas pela Comissão Permanente de Licitação do Município de Timbaúba até a data e hora supra no endereço Rua Dr. Alcebíades, Nº 276 – Centro – Timbaúba – PE, CEP: 55.870-000.

2. OBJETO

2.1 O objeto da presente concorrência é a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, 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 INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO PARA ATENDER AS DEMANDAS DA PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA-PE** conforme as especificações e demais elementos técnicos estabelecidos neste Edital e em seus anexos.

2.2 No objeto poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I – ao planejamento e à execução de pesquisa 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, respeitado o disposto no art. 3º da Lei n.º 12.232/2010;

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

III – à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias da Prefeitura Municipal de Timbaúba

2.2.1 A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações de que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

2.2.2 O planejamento previsto no inciso I do subitem 2.2 objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line)

como digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e deve prever, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.3. O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será propriedade da Prefeitura Municipal de Timbaúba, sendo, portanto, proibida a sua divulgação por qualquer meio ou sua reprodução total ou parcial sem expressa autorização, ficando a Contratada sujeita às penalidades aplicáveis.

3. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1 O valor da contratação decorrente desta Concorrência está estimado em **R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

3.2 A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2022 consta da dotação orçamentária, nas seguintes funcionais programáticas:

2014 – SECRETARIA MUNICIPAL DE PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO URBANO

2.2158 MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES DA SEC. DE PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO URBANO

33.90.39 – OUTROS SERVIÇOS PESSOA JURÍDICA

FONTE 1

3.3 O Governo Municipal se reserva no direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

3.4 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 art. 65 da Lei nº 8.666/1993.

3.5 Se o CONTRATANTE optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

3.5.1 Na prorrogação, o CONTRATANTE poderá renegociar os preços praticados com a contratada, em decorrência deste certame, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração Pública Municipal, no decorrer da execução do contrato.

4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1 Poderão participar desta concorrência empresas e agências de publicidade especializadas na prestação de serviços publicitários contidos no Art 2º, Caput, da 12.232/2010, que:

- a) sejam estabelecidas no País, inclusive as estrangeiras, na forma do art. 28 da Lei n. 8666/93, e
- b) que comprovem possuir os requisitos mínimos de qualificação exigidos no edital para execução de seu objeto e atenda a legislação vigente.

4.2 Não poderão participar desta concorrência as empresas especializadas na prestação de serviços de agências de publicidade especializadas na prestação de serviços publicitários contidos no Art 2º, Caput, da 12.232/2010:

- a) Que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o Governo Municipal;
- b) Sociedades cooperativas, considerando a vedação contida no art. 10 da Instrução Normativa SEGES/MP nº 5, de 2017;
- c) Cujas falências tenham sido decretadas ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- d) Que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;
- e) Estrangeiras que não funcionem no País;

f) Cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o CONTRATANTE;

g) Que estejam reunidas em consórcio, qualquer que seja a sua forma de constituição; ou

h) Que atuem sem fins lucrativos.

4.2.1 Para a análise das condições de participação das licitantes, em especial quanto à existência de sanção que impeça a participação em licitação promovida pelo Ministério da Economia, também serão realizadas consultas aos seguintes cadastros:

Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Atos de Improbidade Administrativa, mantido pelo Conselho Nacional de Justiça (www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php);

Sistema de Inabilitados e Inidôneos mantido pelo Tribunal de Contas da União - TCU;

4.2.1.1 Para a consulta de licitantes pessoa jurídica poderá haver a substituição das consultas das alíneas “b”, “c” e “d” acima pela Consulta Consolidada de Pessoa Jurídica do TCU (<https://certidoesapf.apps.tcu.gov.br/>).

4.3 Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma proposta.

4.4 A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão de Licitação o invólucro padronizado **previsto no subitem 13.1.1.1** 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; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos e materiais apresentados em qualquer fase do processo.

4.5 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação dos Documentos de Habilitação e das Propostas Técnica e de Preços exigidos nesta concorrência, não sendo o CONTRATANTE, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

5. RETIRADA DO EDITAL

5.1 Será gratuita a retirada deste Edital por meio dos sítios abaixo, observados os procedimentos ali previstos:

- Portal da Prefeitura Municipal de Timbaúba, www.timbauba.pe.gov.br.
- Por solicitação nos e-mails: licitacaotimbauba@gmail.com ou cpl@timbauba.pe.gov.br.

5.2 O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Diário Oficial dos Municípios - AMUPE e no endereço eletrônico, citado no subitem anterior, eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

6. ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

6.1 Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 05 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas, mediante solicitação por escrito, da seguinte forma:

- pelo e-mail licitação de Timbaúba: licitacaotimbauba@gmail.com ou cpl@timbauba.pe.gov.br.

6.1.1 Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão de Licitação em até 03 (três) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas.

6.1.2 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, nos sites da Prefeitura e no Diário Oficial - AMUPE, sem identificação da licitante consulente e de seu representante.

6.1.2.1 A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possa propiciar a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Envelope nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada). “

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

6.1.4 Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento dos Documentos de Habilitação e das Propostas Técnica e de Preços previstos nos subitens 9.2 e 9.3.

7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1 O pedido de impugnação, com a indicação de falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, deverá ser protocolizado pelo e-mail licitacaotimbauba@gmail.com, ou cpl@timbauba.pe.gov.br, observados os prazos descritos no subitem 7.5. Nesse caso, o documento original poderá ser apresentado no endereço e nos horários previstos no subitem precedente, em até 05 (cinco) dias contados do encaminhamento do e-mail.

7.2 A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item será recebida como mera informação.

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

7.4 Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 1º do art. 113 da Lei nº 8.666/1993.

7.5 Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão de Licitação:

I – O cidadão que não se manifestar em até 05 (cinco) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnica e de Preços;

II – A licitante que não se manifestar em até 02 (dois) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnica e de Preços.

7.5.1 Considera-se licitante, para efeito do inciso II do subitem anterior, a empresa que tenha se declarado expressamente como tal no texto da impugnação.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1 Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão de Licitação 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 Preços.

8.1.1 Os documentos mencionados no subitem 8.1 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

8.1.2 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, em que conste o nome do sócio e os poderes para representa-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 de Licitação ateste sua autenticidade.

8.1.3 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 de Licitação cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

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 Preços 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 os Documentos de Habilitação e as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos envelopes diretamente à Comissão de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 9.2 deste Edital.

9. RECEBIMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO E DAS PROPOSTAS

9.1 Os Documentos de Habilitação e as Propostas Técnicas e de Preços das licitantes deverão ser entregues à Comissão de Licitação em 05 (cinco) invólucros distintos e separados, conforme o disposto nos itens 10, 13 e 15 deste Edital.

9.2 Os envelopes com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos às 10h do dia 05 de julho de 2022, na Sala da Comissão de Licitação, sito a: Rua Dr. Alcebíades – 276, Bairro: Centro – Timbaúba – PE ou, se não houver expediente nessa data, no primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário, no setor e endereço do contratante.

9.3 Os envelopes com as Propostas Técnica e de Preços das licitantes serão recebidos na mesma data, local e horário, mencionados e abertos em datas, locais e horários a serem designados pela Comissão de Licitação.

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

9.5 O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente na legislação.

10. DA PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPES Nº 01)

A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em três envelopes distintos:

10.1. Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, no ENVELOPE Nº 01.

10.1.1. O ENVELOPE Nº 01, Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia), não poderá ter nenhuma identificação na parte externa, para preservar – até a abertura do ENVELOPE Nº 02 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária.

10.1.2. A Comissão de Licitação e Subcomissão Técnica de Julgamento só aceitarão o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no **ENVELOPE Nº 01** fornecido obrigatoriamente pela **PREFEITURA**, a pedido do **LICITANTE** interessado na presente Licitação.

10.1.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser redigido em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado, preferencialmente, da seguinte forma:

- em papel A4, branco;
- com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- com espaçamento “simples” entre as linhas;

- com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;
- com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- em caderno único;
- sem identificação do **LICITANTE**.

10.1.4. As tabelas, gráficos e planilhas do subitem poderão ter fontes e tamanhos de fonte usualmente utilizados nesses documentos.

10.1.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria.

10.1.6. Os exemplos de peças da Campanha Simulada, sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se ao tamanho do **ENVELOPE Nº 01**.

10.1.7 O horário limite para a entrega dos envelopes será até às 10:00 h (dez horas) do dia 05/07/2022 (cinco de julho de dois mil e vinte e dois) e deverão ser encaminhados ao seguinte endereço: sala da Comissão Permanente de Licitações – Rua Dr. Alcebíades, nº 276, CEP: 55.870-000, Centro, Timbaúba/PE.

11 Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, no ENVELOPE Nº 02, a saber:

ENVELOPE Nº 02

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia)

RAZÃO SOCIAL E CNPJ DO LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 001/2022

11.2.1. O **ENVELOPE Nº 02** será providenciado pelo **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.

11.2.2. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem a Ideia Criativa, deverá ter o mesmo teor da via não identificada e ser elaborado da seguinte forma:

- em papel A4, timbrado;
- com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- com espaçamento “simples” entre as linhas;
- com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;
- com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- em caderno único;
- ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação do **LICITANTE**, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.2.3. As tabelas, gráficos e planilhas poderão ter fontes e tamanhos de fonte usualmente utilizados nesses documentos.

11.3. Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, no **ENVELOPE Nº 03**, a saber:

ENVELOPE Nº 03

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

RAZÃO SOCIAL E CNPJ DO LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 001/2022

11.3.1. O **ENVELOPE Nº 03** será providenciado pelo **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.

11.3.2. O **ENVELOPE Nº 03** e os documentos nele acondicionados (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (**ENVELOPE Nº 01**) e que permita identificar a autoria deste antes da abertura do **ENVELOPE Nº 02**.

11.4. A documentação dos **ENVELOPES N° 02 e 03** deverá estar em papel timbrado do **LICITANTE**, sem emendas ou rasuras, devendo ainda ser datada e assinada na última folha e rubricada nas demais, **por seu representante legal ou procurador**, com poderes para o exercício da representação.

11.5. A PROPOSTA TÉCNICA INCLUIRÁ 02 (DOIS) ITENS:

- a) Plano de Comunicação Publicitária;
- b) Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

11.5.1. DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

O Plano de Comunicação Publicitária consistirá de um conjunto de textos que deve ser apresentado com um total de até **10 (dez)** laudas, sendo que nenhum dos tópicos descritos no subitem relativo deve, isoladamente, ultrapassar o limite de **04 (quatro)** laudas. Além destes textos, os tópicos descritos como Ideia Criativa e Estratégia de Mídia, permitem até **05 (cinco)** anexos cada, inclusos no volume, que devem obedecer às recomendações dispostas em cada uma destas alíneas sem prejuízo das demais.

11.5.2. O plano versará sobre os seguintes tópicos:

11.5.2.1. Raciocínio Básico: composto de um texto, em que o licitante deve expressar seu entendimento sobre a sistemática geral da Prefeitura Municipal de TIMBAÚBA, ante as informações apresentadas no briefing (**ANEXO II**) do Edital, sua linha de atuação específica, e, ainda, suas necessidades de comunicação;

11.5.2.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: constituída de texto em que o licitante exporá o conceito e a temática que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a comunicação da Prefeitura Municipal de TIMBAÚBA, defendendo essa opção, examinando e descartando conceitos alternativos;

11.5.2.3. Ideia Criativa: síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças publicitárias que a corporifiquem objetivamente, apresentados sob a forma de roteiros e textos digitados, limitados a um para cada tipo de peça, em número máximo de 05 (cinco) anexos, onde a agência deverá demonstrar sua capacidade criativa e seu entendimento de acordo com as linhas estratégicas e princípios definidos nos briefings

(ANEXO II) deste Edital. Os anexos poderão ser: “*layouts*”, “*storyboards*”, *roteiros de spot ou jingle para rádio, roteiros de vídeo, roteiros de peças para mídias sociais, etc.*

11.5.2.4. Estratégia de Mídia: com textos que evidenciem:

a. Conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público, apresentados sob a forma de texto adequado à mídia escolhida, permitida a inclusão, na forma de anexo, de tabelas analíticas, sobre os hábitos de comunicação do público definido nos briefings(ANEXO II) deste Edital; sendo limitado a 05 (cinco) o total de anexos deste tópico;

b. Utilização dos recursos à disposição da linha de atuação, mediante texto em que se apresente a distribuição da verba nas rubricas de estudo e pesquisa, produção e veiculação, acompanhado da devida justificação e da inclusão de tabelas, como anexos, que sirvam de apoio aos argumentos oferecidos;

c. Simulação de plano de distribuição das peças publicitárias de que trata a “ideia criativa”, indicada no subitem acima, acompanhada de memória, no tamanho máximo de uma lauda, em que se explicitem e se justifiquem as premissas assumidas.

11.6. DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO.

11.6.1. Capacidade de Atendimento: Indicação da infraestrutura e recursos que serão colocados à disposição para a execução dos serviços objeto desta licitação, tanto geral, considerando-se a totalidade dos setores do licitante, quanto específica, no que diz respeito ao setor de atendimento propriamente dito. Esse tópico, a ser abordado sob a forma de textos sem anexos, deve incluir:

Quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da linha de atuação, sob forma de currículo reduzido dos profissionais, discriminando as diferentes áreas de atendimento (estudo e planejamento; criação; produção de rádio, cinema e televisão e produção gráfica; mídia; e atendimento), devendo o licitante indicar, caso a caso, quantos profissionais de cada nível servirão linha de atuação;

b. Sistemática de atendimento, com clara indicação das obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento do licitante, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até sua criação, produto e veiculação;

c. Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da apresentação dos documentos de habilitação, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;

d. Relação nominal dos instrumentos de pesquisa de mídia e planejamento disponíveis na agência para construção das estratégias de comunicação, próprias ou adquiridas de forma *ad hoc*, por assinatura ou encomenda.

11.6.2 O Repertório: composto de um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pelo licitante, sob forma de peças publicitárias com as respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver, devendo ser entregue em um pen drive e se apresentar da seguinte forma:

a) Até **03 (três)** comerciais para televisão ou mídias sociais;

b) Até **03 (três)** spots e/ou jingles para rádio;

c) Até **03 (três)** anúncios destinados à mídia exterior ou mídia impressa;

13.6.2.1. Cada trabalho apresentado no REPERTÓRIO deverá, obrigatoriamente, conter título, data ou período de veiculação e indicação das praças que o exibiram;

11.6.2.2. Serão vedados os trabalhos que tiverem qualquer referência direta ou indireta da **CONTRATANTE** ou das suas subsidiárias;

11.6.2.3. Com exceção daquele(s) apresentado(s) pela agência vencedora desta licitação, as segundas vias dos demais repertórios serão devolvidas aos demais licitantes, mediante solicitação destes, no prazo de 30 (trinta) dias contados da data do encerramento deste processo licitatório;

11.6.3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: Relato de até **02 (dois)** *cases histories*, com textos de, no máximo, **05 (cinco)** laudas cada um, referendados pelos respectivos anunciantes.

11.7. DA CAMPANHA SIMULADA

Para efeito de avaliação, o(s) licitante(s) deverá(ão) apresentar uma campanha simulada para a Prefeitura Municipal de TIMBAÚBA no valor estimado de R\$ 80.000,00 (oitenta mil reais) com o tema “EU AMO TIMBAÚBA!”, conforme descrição no Briefing constante no ANEXO II deste Edital, com duração de 30 (trinta) dias.

12 DA PROPOSTA DE PREÇOS

12.1. Os documentos exigidos deverão ser acondicionados em envelope opaco, lacrado e rubricado no fecho, constando em sua parte externa os seguintes dizeres:

ENVELOPE Nº 04

PROPOSTA DE PREÇOS

RAZÃO SOCIAL E CNPJ DO LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 001/2022

12.2. A Proposta de Preços **deverá constar do Envelope Nº 04** e ser apresentada de forma impressa em papel timbrado da licitante, através de edição eletrônica de textos, sem emendas ou rasuras, com todas as páginas rubricadas e a última, datada e assinada pelo titular da licitante ou procurador legalmente designado, contendo ainda razão social, endereço e CNPJ da licitante e estar acondicionada em envelope pardo identificado e atendendo aos requisitos abaixo:

- a) Carta de Apresentação da Proposta de Preços, conforme o modelo fornecido (**ANEXO VI**) deste Edital;
- b) Data de formulação da oferta, validade da proposta (não inferior a 60 dias), prazo de entrega e assinatura do representante legal ou Procurador da empresa licitante;
- c) Declaração clara e explícita, assinada pelo titular da licitante ou procurador legalmente designado, de que os preços cotados incluem todos os tributos e despesas com materiais e mão-de-obra, seja qual for a sua natureza, incluindo, fretes, seguros, encargos sociais, trabalhistas e fiscais, ISS, despesas de viagem, locomoção, permanência, alimentação e quaisquer outras, segundo a legislação em vigor, representando a compensação integral pela prestação dos serviços. **Na ausência dessa declaração,**

serão consideradas inclusas todas as despesas mencionadas neste subitem.

12.3. A Proposta de Preço deverá conter:

12.3.1. Itens sujeitos a valoração, contendo as informações constantes do modelo fornecido (ANEXO VI) deste Edital, indicando os percentuais em algarismos e por extenso, com os seguintes dados:

a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco, conforme a proposta apresentada; A contratada será remunerada pelos trabalhos prestados, denominado custos internos de criação, baseado nos valores já prefixados na Tabela SINAPRO VIGENTE. O percentual de desconto do valor da tabela a ser concedido chegará ao desconto máximo de 60% (sessenta por cento).

b) A contratada fará jus ao recebimento de uma comissão de 20% por parte dos veículos de comunicação, na seguinte forma: Os veículos emitem suas faturas para a contratante pelo valor líquido, aplicado o percentual de desconto. A contratada emitirá nota fiscal referente ao desconto ofertado em vias de proposta apresentada.

c) Honorário (em percentual) de no mínimo 07 (sete por cento) e no máximo 15 (quinze por cento), conforme constante na proposta a serem cobrados da PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA, incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada.

12.3.2. Política de negociação:

a. de preços e condições de pagamento junto aos fornecedores e veículos, especialmente em relação a descontos;

b. de preços a serem pagos pelo licitante vencedor a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças publicitárias por novos períodos a serem pactuados;

c. de preços a serem pagos pelo licitante vencedor a autores de obras artísticas preexistentes, aproveitadas em peças publicitárias, na reutilização dessas peças publicitárias por novos períodos a serem pactuados.

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

a. para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, arte-finalização e assemelhados), a cessão durante a vigência do contrato, dos direitos patrimoniais de uso a PREFEITURA DE TIMBAÚBA /PE;

b. para os direitos de imagem (atores e modelos) e de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de duração do contrato, com a definição de um percentual de até 30% do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso;

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

12.3.4. Declaração assinada pelo titular da licitante ou seu procurador legalmente designado se comprometendo a repassar a PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA, todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços;

12.3.5. Declaração assinada pelo titular da licitante ou seu procurador legalmente designado, de que reverterá a PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA, parcela do “desconto padrão de agência”, caso faça jus, no percentual máximo de cada faixa (2%, 3% ou 5%, conforme o caso), indicada no ANEXO “B” – SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS / BENEFÍCIOS, constante das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, emitida pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão, com base no investimento bruto anual em mídia. Não será considerada qualquer oferta de vantagem não prevista neste Edital, nem preço ou vantagem baseada nas ofertas das demais licitantes. Em caso de divergência entre dados numéricos e valores por extenso, prevalecerá este último. Havendo erro de cálculo, a Comissão Permanente de Licitações efetuará as retificações e considerará, para efeito de julgamento, o valor com as retificações efetuadas;

12.4. Os trabalhos desenvolvidos internamente pela Agência serão remunerados de acordo com os valores constantes da Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco, aplicando-se o desconto oferecido na proposta do licitante.

13. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – ENVELOPE Nº 05

Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão de Licitação acondicionados no ENVELOPE nº 05, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE nº 05

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 001 / 2022 – PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA

O envelope nº 05 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 tratam, até sua abertura.

14. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO APÓS CLASSIFICAÇÃO

14.1 Os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do art. 11 desta Lei; A comissão fará a convocação dos licitantes classificados no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação;

14.1.1 Os DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

- em original; ou
- sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou
- em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública; ou
- em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão Especial de Licitação, no ato da abertura dos invólucros com os Documentos de Habilitação.

14.1.1.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, preferencialmente com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.

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

14.2 Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação na forma prevista dos subitens a seguir:

14.2.1 HABILITAÇÃO JURÍDICA

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrado e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações;

a1) os documentos mencionados na alínea ‘a’ deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

c) cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

e) Declaração do Cumprimento do disposto no Inciso XXXIII do Art. 7º, da Constituição Federal, conforme modelo fornecido (**ANEXO V**) deste Edital.

f) Apresentar, obrigatoriamente o “Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento” exigido pelo art. 4º, caput e §2º da Lei nº 12.232/10, obtido perante o CENP ou entidade equivalente. Sem o qual a Agência, ainda que vencedora, não poderá ser contratada pela Prefeitura Municipal de Timbaúba.

14.2.2 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) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional, com jurisdição sobre o local da sede da licitante;

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) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

f) Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

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

14.2.2.2 Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

14.2.2.3 Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

14.2.3 QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

a) Apresentar declaração(ões), atestado(s) ou certidão(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) produtos e serviços compatíveis com o objeto desta concorrência, nos termos deste Edital,

a1) a(s) declaração(ões), atestado(s) ou certidão(ões) previstas na alínea ‘a’ deverão ser apresentadas em papel timbrado, assinados, com telefone de identificação dos representantes dos respectivos declarantes.

b) Apresentar comprovação de possuir em seu quadro permanente, na data prevista para entrega dos Documentos de Habilitação e das Propostas Técnica e de Preços, profissional com formação de nível superior ou outra devidamente reconhecida por entidade competente, relacionada ao objeto da licitação;

b1) a aderência da formação de nível superior ou outra devidamente reconhecida por entidade competente ao objeto da contratação, disposta na alínea anterior, deverá ser demonstrada pela licitante, por meio da descrição da experiência do profissional indicado, para avaliação da Comissão de Licitação e, nos casos de dúvida, da área técnica vinculada à licitação;

b2) o profissional indicado pela licitante para fins de comprovação da capacitação técnico-profissional deverá coordenar a execução dos serviços objeto da licitação, admitindo-se a substituição por profissional de experiência equivalente ou superior, desde que aprovada pelo CONTRATANTE.

c) Apresentar relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante com a especificação do período de atendimento de cada um deles;

14.2.4 QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;

a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

a2) Além da Certidão negativa de falência, as empresas deverão também apresentar a Certidão Negativa de Falência referente aos processos distribuídos pelo PJe (processos judiciais eletrônicos de 1º e 2º graus), quando explicitamente excluídos na certidão exigida item “a”.

b) Balanço patrimonial do último exercício social, já exigível e apresentado na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b1) O balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados por contador ou por outro profissional equivalente, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade.

c) A comprovação da situação financeira da empresa será constatada mediante obtenção de índice de Solvência Geral (SG) superiores a 1 (um) resultantes da aplicação da fórmula:

$$G = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \frac{\text{Passivo Não Circulante}}{2}}$$

d) Quando se tratar de empresa com menos de 01 (um) ano de atividade, o balanço a ser apresentado será o Balanço de Abertura;

e) para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

- termo de autenticação com a identificação do autenticador;
- balanço patrimonial;
- termo de abertura e encerramento;
- requerimento de autenticação de Livro Digital;
- recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

14.2.4.1 A licitante que apresentar resultado menor que 1 (um), no cálculo do índice referidos a Solvência Geral (SG), para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-Financeira deverá incluir no Envelope nº 1 comprovante de que possui patrimônio líquido mínimo de 10% do valor estimado da contratação.

14.2.5 DECLARAÇÕES

a) Declaração sobre trabalho do menor, na forma do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal: Anexo deste Edital;

b) Declaração de Elaboração Independente de Proposta, de que trata a Instrução Normativa SLTI/MP nº 2/2009:

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.

15. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

15.1 A Comissão de Licitação examinará os Documentos de Habilitação das licitantes que tiverem suas propostas classificadas e que cumpram as condições de participação estabelecidas no item 4 deste Edital e julgará habilitadas as licitantes que atenderem integralmente os requisitos de habilitação exigidos neste instrumento convocatório,

15.2 Se nenhuma licitante restar habilitada, a CONTRATANTE poderá reabrir a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas para apresentar os respectivos Documentos, no prazo de 08 (oito) dias úteis, observado o disposto no subitem 23.2 deste Edital.

16. DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO

16.1. No dia, hora e local designados neste Edital, a CPL receberá os Envelopes Via Não Identificada (“01”), Via Identificada (“02”), Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (“03”) e de Preços (“04”);

16.2. As empresas licitantes participarão dos procedimentos desta licitação representados por pessoa devidamente credenciada, com poderes para manifestar-se sobre questões administrativas e técnicas de interesse de sua empresa;

16.3. Iniciada a sessão de abertura, a Presidente da Comissão de Licitação irá declarar o encerramento do prazo para recebimento dos envelopes, após anúncio, nenhum documento e/ou proposta será recebido pela CPL; pelo que se recomenda que todos os interessados estejam no local designado, minutos antes do horário previsto para o recebimento dos envelopes;

16.4. Todos os envelopes e propostas, quando da abertura dos respectivos envelopes, serão rubricados pelos membros da CPL e pelos representantes legais das empresas licitantes, não cabendo posteriormente qualquer reclamação por parte daquela que se abster de rubricá-las;

16.5. Em seguida proceder-se-á à abertura dos envelopes Nº 01 - Via Não Identificada e do envelope Nº 03 - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

16.6. Abertos os envelopes de Nº 01 e 03, todos os documentos serão rubricados pelos membros da CPL e pelos representantes legais das empresas licitantes, não cabendo posteriormente qualquer reclamação por parte daquela que se abster de rubricá-las, encerrando-se a sessão para a **subcomissão técnica** realize a análise;

16.7. No mesmo dia, a CPL encaminhará os envelopes Nº 01 - Via Não Identificada e o Nº 03 - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, para que **subcomissão técnica**, nomeada através de Portaria, proceda ao julgamento de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado, considerando os itens para pontuação técnica definidos neste Edital, sendo divulgado o resultado de julgamento;

16.8. Concluída a fase de avaliação e classificação das Vias Não Identificadas e Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, a CPL procederá à abertura dos envelopes de Proposta Técnica – Via Identificada (envelope nº 02) podendo na mesma reunião, divulgar as classificações dos licitantes nos quesitos “PROPOSTA TÉCNICA”;

16.9. A classificação das proponentes será feita de acordo com a soma das valorações do Plano de Comunicação Publicitária e da Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de acordo com os pontos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, para

cada fator de avaliação.

16.10. A CPL poderá determinar a suspensão da sessão, desde que se faça necessária, não cabendo qualquer reclamação por parte das licitantes presentes.

16.11. A devolução dos envelopes contendo a Proposta de Preços dos concorrentes desclassificados dar-se-á após a homologação do julgamento do certame, mediante protocolo. **Os envelopes não retirados em até 30 (trinta) dias corridos, contados da publicação do ato de homologação serão destruídos.**

16.12. Para o julgamento das propostas serão observadas as regras da LC nº 123/2006 alteradas pela Lei Complementar 147/2014 para as ME ou EPP.

17. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

17.1. As propostas técnicas (envelopes nº 01/02 e 04) serão julgadas, avaliadas e classificadas de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado definido neste Edital, aferindo-se a nota a partir do somatório dos pontos obtidos nos quesitos técnicos constantes da proposta do licitante, sendo certo que receberá **um máximo de 100 (cem) pontos**, distribuídos entre os diversos tópicos de julgamento, da seguinte forma:

17.1.1. A cada quesito técnico serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

ENVELOPE Nº 01/02

RACIOCÍNIO BÁSICO:		
I	máximo de 10 (dez) pontos , da seguinte forma:	
a)	Conhecimento das características gerais da PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA	2,0 (dois) pontos
b)	Conhecimento genérico dos serviços prestados pela PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA	2,0 (dois) pontos

c)	Adequada compreensão da linha de atuação específica da PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA, no âmbito da	3,0 (três)
d)	Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação	3,0 (três)

II	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO máximo de 20 (vinte) pontos , da seguinte forma:	
a)	Formulação do conceito, dos quais 5,0 (cinco) pontos para a compreensão do tema hipotético e 5,0 (cinco) pontos para o desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito.	10,0 (dez) pontos
b)	Formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação	10,0 (dez) pontos

III	IDEIA CRIATIVA máximo de 20(vinte) pontos , da seguinte forma:	
a)	Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha:	6,0 (seis) pontos
b)	Capacidade de síntese da estratégia de comunicação	4,0 (quatro) pontos
c)	Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida	4,0 (quatro) pontos
d)	Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se	6,0 (seis)

IV	ESTRATÉGIA DE MÍDIA: máximo de 20 (vinte) pontos , da seguinte forma:	
a)	Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação	4,0 (quatro) pontos
b)	Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia	5,0 (cinco)

c)	Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços	5,0 (cinco)
d)	Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta	6,0 (seis)

ENVELOPE Nº 03

V	CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: máximo de 20 (vinte) pontos , da seguinte forma:	
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura, dos recursos materiais, pesquisas e informações disponibilizadas, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes	
b)	Sistemática de atendimento, com clara indicação das obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento do licitante, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até sua criação, produto e veiculação.	10,0 (dez) pontos

VI	Repertório: Máximo de 5,0 (cinco) pontos	
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as mostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, clareza, qualidade de execução e acabamento.	5,0 (cinco) pontos

VII	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: Máximo de 5,00 (cinco) pontos	
a)	a evidência de planejamento publicitário na construção de seu caso e análise de elementos capazes de formar o diagnóstico.	5,0 (cinco) pontos

17.1.2 Para efeito de atribuição das notas, serão considerados como notas máximas os números de pontos indicados em cada quesito relacionado no subitem anterior;

17.1.3. A nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero vírgula zero) ponto até a quantidade de pontos indicada em cada quesito;

17.1.4. A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da **Subcomissão Técnica**, nos termos da Legislação em vigor composta por profissionais com competência no ramo do objeto licitado, escolhida nos termos da Legislação em vigor Lei 12.232/2010, e que emitirá relatório com atribuição de notas às propostas;

17.1.5. As propostas técnicas serão classificadas pela ordem decrescente de pontuação, considerando o somatório de pontos atribuídos aos quesitos, limitado ao total máximo de 100 (cem) pontos, respeitado o mínimo de 70 (setenta) pontos;

17.1.6. Será desclassificada a proposta técnica que:

- a) Deixar de apresentar quaisquer documentos exigidos, ou apresentá-los em desacordo com o que foi exigido, observado o disposto nos subitens (Das Disposições Gerais) deste Edital;
- b) Não obtiver a nota mínima de **70 (setenta) pontos**.

17.2. Julgamento das propostas de preços considerando os itens DESCONTO e HONORÁRIO:

17.2.1. Depois de verificado o cumprimento dos requisitos exigidos nos itens 7 e 8 deste Edital, será procedida à avaliação dos itens da proposta de preço, conjuntamente, de acordo com os critérios estabelecidos na tabela a seguir:

ITEM	DESCONTO E HONORÁRIO	NOTA
1	Desconto (em percentual) a ser concedido à PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA, sobre os custos internos, baseados na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco. Desconto máximo	<p>Nota = 2,0 x Desconto</p> <hr/> <p style="text-align: center;">2</p> <p>Nota máxima: 60 pontos</p>

	de até 60%	
2	<p>Honorários (em percentual) a serem cobrados à PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada.</p> <p><i>Percentual Mínimo de até 7% e máximo de 15%</i></p>	<p>Nota =5,0 x (15-honorário)</p> <p><i>Nota máxima: 40 pontos</i></p>

17.2.2. A nota da proposta de preços será obtida mediante o somatório das notas dos itens 01 e 02 da tabela constante do subitem acima, sendo considerada como proposta de menor preço aquela que obtiver o maior somatório das notas de preços dos itens 01 e 02 da tabela em referência;

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

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

17.3. JULGAMENTO FINAL

17.3.1. A classificação das propostas far-se-á de acordo com a média ponderada das valorizações das propostas técnica e de preço, de acordo com os pesos estabelecidos no Termo de Referência (ANEXO I) deste Edital, mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$\text{Nota Final} = (\text{Nota técnica} \times 0,50) + (\text{Nota de preços} \times 0,50)$$

17.3.2. A classificação das propostas far-se-á em ordem decrescente considerando os valores das

Notas Finais;

17.3.3. A proposta classificada em **primeiro lugar**, com a maior nota final, será considerada vencedora do certame, se tiver sua habilitação confirmada no processo;

17.3.4. No caso de empate, a Comissão procederá ao sorteio, em sessão pública, nos termos do §2º do artigo 45 da Lei nº 8.666/93 e alterações subsequentes.

17.4. Serão **desclassificadas** as propostas que:

17.4.1. Não atendam às exigências deste Edital e seus anexos;

17.4.2. Utilizem quaisquer elementos, critérios ou fator sigiloso, secreto, subjetivo ou reservado que possa ainda que indiretamente elidir o princípio da igualdade entre os licitantes;

17.4.3. Ofertem vantagem não prevista neste Edital, inclusive financiamento subsidiado ou a fundo perdido, ou preço ou vantagem baseada nas ofertas dos demais licitantes;

17.4.4. Que apresente proposta com preços manifestamente inexequíveis assim consideradas aquelas que não venham a ter demonstrada sua viabilidade através de documentação que comprove que os custos dos insumos são coerentes com os de mercado e que os coeficientes de produtividade são compatíveis com a execução do objeto do contrato.

18. DO PRAZO E CONDIÇÕES DE ENTREGA/EXECUÇÃO DO OBJETO

18.1. O prazo para execução do objeto desta licitação será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura do contrato, que ficará limitado, no que couber, anualmente ao valor correspondente a 1% (um por cento) da receita corrente líquida, nos termos do artigo 2º, IV, da Lei Complementar Federal nº 101, de 04 de maio de 2000, realizada no exercício, conforme dispõe a Lei Estadual 12.746 de 14.01.2005.

18.2. Os serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas na Lei 12.232/2022,

vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, respeitado a legislação em vigor;

18.3. Os serviços deverão ser executados, conforme venham a ser solicitados e previamente autorizados, devendo ser entregues, no prazo máximo de 15 (quinze) dias a contar da emissão da Ordem de Serviços emitida pela Secretaria demandante;

18.4. Todo serviço a ser prestado pela **CONTRATADA** deverá ser precedido da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, o qual, após aprovação da secretaria solicitante (**Interveniente do contrato**), gerará Ordem de Execução de Serviços a ser expedida pela Contratada, onde constarão as especificações dos serviços, os preços (planilhas de custos/orçamento) e os prazos de execução, devendo ser orçado, o valor de cada um dos serviços em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, à sua compatibilidade com os preços de mercado, sob pena de responsabilidade civil;

18.5. Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de veiculação, cópias das faturas e duplicatas quitadas, emitidas pelos fornecedores, nos prazos a seguir discriminados:

a) comprovantes de veiculação até 15 (quinze) dias antes do pagamento;

b) cópias das notas fiscais/faturas e duplicatas emitidas pelos fornecedores acompanhados do comprovante de quitação, até 10 (dez) dias após o efetivo pagamento efetuado pela PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA.

18.6. Os serviços deverão ser executados pela **CONTRATADA** com o fornecimento de toda mão-de-obra, materiais, equipamentos e demais despesas no que lhe for afeto à execução do objeto, sendo permitida a contratação parcial dos serviços necessários ao cumprimento do objeto contratado, desde que previamente aprovada pelo Secretário responsável, **estando vedada a subcontratação de serviços afetos à criação/concepção das ações de publicidade.**

18.6.1. A **CONTRATADA** obrigará-se a apresentar no mínimo 3 (três) cotações de acordo com os preços praticados no mercado, como condição para cada subcontratação dos serviços de terceiros;

18.6.2. A **CONTRATADA** deverá comprovar a execução dos serviços subcontratados e arcar com os encargos de qualquer natureza deles decorrentes;

18.7. Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços (arte, fotolito, VT, filmes, etc.), inclusive fotos compradas para uso em *outdoor* ou peça gráfica, ficarão sob a guarda da **CONTRATADA**, mas disponíveis para a **CONTRATANTE**, durante a vigência do contrato, que poderá a seu critério, requisitar cópias dos originais para comprovação da prestação dos serviços e arquivo próprio, vedado à transferência a agentes de qualquer espécie ou uso, além das finalidades solicitadas em plano de campanha específica.

18.8. As imagens brutas captadas para realização de vídeos e filmes, durante a vigência do contrato, deverão ser cedidas à **CONTRATANTE**.

18.9. Quanto aos **DIREITOS AUTORAIS**, serão observadas as seguintes disposições:

a) A empresa **CONTRATADA** cederá à **CONTRATANTE** durante o prazo de vigência do contrato, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças publicitárias (fotos e material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, CDs, imagens brutas em filme ou VT, composições, arranjos, execução de trilha sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras modalidades de publicidade existentes ou que venham a ser inventadas de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato;

b) A empresa **CONTRATADA** se compromete a realizar por escrito a contratação de terceiros para produção de peças publicitárias e a prestação de outros serviços necessários ao cumprimento do objeto licitado, onde deverá explicitar a cessão à **CONTRATANTE** do uso das peças publicitárias e do material bruto, durante o prazo de vigência do contrato;

c) Toda e qualquer negociação feita pela **CONTRATADA** envolvendo subcontratação, deverá

contar obrigatoriamente, com a participação de representante da **INTERVENIENTE/CONTRATANTE**, com vistas à maximização dos bônus e descontos contratuais;

d) A futura **CONTRATADA** se compromete a negociar as melhores condições de preços até os percentuais máximos de 30% (trinta por cento) para os direitos de imagens e som de voz (atores, modelos e locutores) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilização pela **CONTRATANTE**, de peças publicitárias.

e) A futura **CONTRATADA** deverá comprovar a execução dos serviços subcontratados e arcar com os encargos de qualquer natureza deles decorrentes;

f) A futura **CONTRATADA** obrigará-se a apresentar no mínimo 3 (três) cotações de acordo com os preços praticados no mercado, como condição para cada subcontratação dos serviços de terceiros;

g) A futura **CONTRATADA** será responsável pelo controle da regularidade jurídica e fiscal das empresas por ela subcontratada, informando-as à **CONTRATANTE** por ocasião de sua prestação de contas, instruídas com as respectivas certidões;

h) A futura **CONTRATADA** deverá proceder à retenção e recolhimento dos tributos devidos pelas empresas por ela subcontratada, quando a mesma revestir a condição de responsável tributário.

19. DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

19.1. O pagamento será efetuado pela **CONTRATANTE**, através de depósito bancário, em conta corrente da **CONTRATADA**, em até 5 (cinco) dias úteis do mês seguinte ao da prestação do serviço, ficando condicionado a execução dos serviços e terá as parcelas apuradas mensalmente que corresponderão aos serviços atestados efetivamente no período de cada mês civil, mediante a apresentação da Nota Fiscal/Fatura, e atesto do gestor técnico da contratação, designado pela **INTERVENIENTE**;

19.2. Caso a Nota Fiscal/Fatura seja apresentada após o prazo constante do item anterior, esta será paga em até 5 (cinco) dias úteis de sua apresentação;

19.3. Caso ocorra erro ou omissão na Nota Fiscal/Fatura ou outra circunstância que desaconselhe o seu pagamento, a **CONTRATADA** deverá substituí-la, devendo o prazo para pagamento ser contado da data de apresentação da nova fatura, nos termos do subitem anterior;

19.4. A devolução da Fatura não aprovada pela **CONTRATANTE** e/ou pela **INTERVENIENTE**, por conter incorreções, não poderá servir de pretexto para que a **CONTRATADA** suspenda a execução dos serviços;

19.5. As faturas deverão ser entregues na PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA, sob o protocolo, até o 5º (quinto) dia útil do mês seguinte ao da prestação dos serviços faturados, devidamente acompanhadas de cópia de comprovantes de quitação das obrigações patronais referentes ao mês anterior da prestação dos serviços faturados. **Após análise técnica feita pelo gestor da contratação sobre os serviços realizados, que, se aprovados, as referidas faturas serão atestadas e enviadas ao setor financeiro da CONTRATANTE, para análise fiscal e posterior pagamento;**

19.6. Serão descontados, mensalmente, da Nota Fiscal/Fatura os valores decorrentes de multas eventualmente registradas;

19.7. A **CONTRATANTE** poderá sustar o pagamento de qualquer Nota Fiscal/Fatura, no todo ou em parte, caso a **CONTRATADA** não cumpra quaisquer das obrigações contratuais assumidas;

19.8. Os períodos de atraso por culpa da **CONTRATADA** e aqueles decorrentes de atrasos nos pagamentos, motivados pela não aprovação dos documentos de cobrança devido a incorreções por parte da **CONTRATADA**, não serão computados para efeito de atualização monetária de preços;

19.9. O pagamento fica condicionado à comprovação da regularidade fiscal da **CONTRATADA**, e no que couber, de suas respectivas subcontratada, devendo estas, apresentarem antes de cada pagamento, certidão negativa débitos, dentro do prazo de validade, junto às Fazendas Públicas Federal, Estadual e

Municipal, sob pena de suspensão de pagamento;

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

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

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

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

19.14. Na reutilização de peças publicitárias por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o cachê original a ser pago pela **CONTRATANTE** a atores, modelos e locutores, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será de **no máximo** 30% (trinta por cento);

19.15. Na reutilização de peças publicitárias por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o valor dos direitos autorais de obras consagradas incorporadas a peças publicitárias a ser pago pela **CONTRATANTE** aos detentores desses direitos será de **no máximo** 30% (trinta por cento).

20. DO CONTRATO

20.1. Será firmado nos termos do **ANEXO VII** deste Edital, instrumento contratual entre a PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA e a licitante vencedora da presente licitação.

20.2. O contrato terá vigência de 12 meses, podendo ser prorrogado de acordo com o que estabelece a Lei 8.666 /1993 e alterações subsequentes;

20.3. Farão parte integrante do Contrato, como se transcrito:

- a) Edital e seus anexos;
- b) Proposta de preços apresentada pela licitante vencedora;
- c) Demais elementos integrantes do processo licitatório.

20.4. A **CONTRATANTE** convocará a licitante vencedora para assinar o Contrato, no prazo de até 10 (dez) dias úteis, sob pena de não o fazendo, decair do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas na Lei nº.

8.666/93 e alterações subsequentes.

20.5. É facultado à **PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA**, quando a licitante vencedora convocada, não assinar o contrato no prazo e condições estabelecidas, convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pela primeira classificada, inclusive quanto aos preços atualizados de conformidade com o ato convocatório, ou revogar a licitação independente da cominação prevista no Artigo nº. 81 da Lei nº 8.666/93 e alterações subsequentes.

20.6. Dependendo da necessidade da **CONTRATANTE**, mediante formalização de termo aditivo, a **CONTRATADA** fica obrigada a aceitar, na vigência do instrumento contratual e nas mesmas condições nele estabelecidas, os acréscimos ou supressões previstas nos termos do Art. 65, §§ 1º e 2º da Lei Nº. 8.666, de 21 de junho de 1993 e alterações subsequentes.

21. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

21.1. Pela inexecução total ou parcial do Contrato, bem como, pela inexecução dos níveis de serviços e requisitos técnicos requeridos neste Edital e seus anexos, a **CONTRATANTE**, garantida a prévia defesa em processo administrativo específico, poderá aplicar à Empresa a ser **CONTRATADA** as seguintes sanções:

- a) Advertência;

- b) Multa, de até 5% (cinco) sobre o valor total do Contrato, a critério da CONTRATANTE, levando-se em conta o prejuízo causado, devidamente fundamentado, devendo ser recolhida no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis a contar da notificação;
- c) Suspensão temporária da participação em licitações e impedimento de contratar com a Administração Pública pelo prazo de até 02(dois) anos;
- d) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurem os motivos determinadores da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a Autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada com base na letra anterior;
- e) Multa de mora de até 1,00% (um por cento) do valor mensal relativo ao faturamento do mês da infração, por dia de atraso, na implantação ou execução dos serviços, tudo conforme apuração em procedimento administrativo.

21.2. Para a aplicação das penalidades, deverá ser observado:

- a) A autuação de v e r á acontecer tão logo se verifique a ocorrência, restando à **CONTRATADA**, o prazo de 10 (dez) dias úteis para a apresentação da defesa no que lhe achar pertinente, após o recebimento da notificação;
- b) Decorrido o prazo de defesa sem que a **CONTRATADA** se pronuncie ou se a ocorrência for considerada procedente, a mesma será notificada que o valor devido será deduzido da primeira fatura a ser apresentada;
- c) As infrações serão consideradas reincidentes se, no prazo de 07(sete) dias corridos a contar da notificação da ocorrência, a **CONTRATADA** cometer a mesma ou outra infração, cabendo-lhe, neste caso, a aplicação EM DOBRO das multas correspondentes, sem prejuízo das outras penalidades;
- d) Ao aplicar a penalidade, a autoridade julgadora deverá considerar o grau de intensidade da ocorrência e as circunstâncias agravantes e atenuantes que possam ter concorrido para o evento.

22. DAS IMPUGNAÇÕES E RECURSOS

22.1. Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até cinco dias úteis antes da data do início do certame, podendo ser enviada via e-mail licitacaotimbauba@gmail.com ou cpl@timbauba.pe.gov.br, e ainda, presencialmente, de **segunda a sexta-feira, das 07:00 as 13:00 horas**, na Comissão Permanente de Licitação, localizada na Rua Dr. Alcebíades – 276 – Centro - Timbaúba - PE, sem prejuízo da faculdade prevista no § 1º do art. 113 da Lei n.º 8.666/93.

22.1.1. Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a licitante que não o fizer até dois dias úteis antes da data da abertura do envelope com os Documentos de Habilitação, mediante solicitação por escrito e protocolizada no endereço mencionado no item anterior;

22.1.2. Considera-se licitante para efeito do item anterior a empresa que compareça na data da abertura do procedimento, devidamente representada, no local e horário previstos, que tenha assinado a lista de presença, até a declaração de abertura pelo Presidente da Mesa;

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

22.2. Eventuais recursos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de cinco dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à autoridade competente por intermédio da que praticou o ato recorrido.

22.2.1. O recurso será dirigido à Autoridade Superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente, informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do recebimento do recurso;

22.2.2. Os recursos interpostos devem ser protocolados na Comissão de Licitações da Prefeitura Municipal de Timbaúba, sito a Rua Dr. Alcebíades, 276 – Centro – Timbaúba - PE, no horário de 07:00 às 13:00 h, de segunda a sexta-feira;

22.2.3. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-

lo no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis;

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

22.2.5. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos ou impugnações até o seu término, vista ao processo desta Concorrência, em local e horário a serem indicados pela CPL;

22.2.6. Os recursos terão efeito suspensivo, podendo a CPL - motivadamente e se houver interesse para a Prefeitura, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

23. DA ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

23.1. A CPL após proceder ao julgamento da presente licitação, e observados os respectivos prazos recursais, submeterá o seu resultado à deliberação da autoridade superior competente, com vistas à homologação e adjudicação do objeto ao vencedor da licitação, em despacho circunstanciado.

24. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

24.1. A CPL poderá, até o dia anterior à data prevista no preâmbulo deste Edital, alterar as condições do mesmo, as especificações e qualquer exigência pertinente a este certame, desde que fixe um novo prazo, não inferior a 5 (cinco) dias úteis, para a entrega dos documentos, a contar da publicação das alterações.

24.2. É facultada à Comissão Permanente de Licitação, em qualquer fase do processo, a promoção de diligências destinadas a esclarecer ou complementar a instrução do mesmo.

24.3. As interessadas poderão formular consultas, e na abordagem do caso concreto, até 02 (dois) dias úteis antes da abertura dos envelopes, dirigindo-se à Comissão Permanente de Licitação, que atende ao público de segunda a sexta-feira, no horário das 07:00 as 13:00 horas, na Rua Dr. Alcebíades, 276 – Centro – Timbaúba - PE. As interessadas também poderão obter maiores

informações acerca do presente Instrumento Convocatório, na própria Comissão Permanente de Licitação.

24.4. É competente o Foro da Comarca do município de Timbaúba-PE, para discussões de litígio decorrentes da presente Licitação, com renúncia de qualquer outro, ainda que mais privilegiado.

24.5. Fazem parte deste Edital os seguintes anexos:

- ✓ **ANEXO I** – Termo de Referência;
- ✓ **ANEXO II** – Briefing
- ✓ **ANEXO III** – Modelo do Termo de Credenciamento do Representante da Licitante;
- ✓ **ANEXO IV** – Modelo de Carta de Apresentação dos Documentos de Habilitação;
- ✓ **ANEXO V** – Modelo de Declaração de Cumprimento do disposto no Art. 7º, Inciso XXXIII da Constituição Federal;
- ✓ **ANEXO VI** – Modelo de Proposta de Preços e Valoração;
- ✓ **ANEXO VII** - Minuta do Contrato;

24.6. As normas disciplinadoras desta licitação serão interpretadas em favor da ampliação da disputa, respeitada a igualdade de oportunidade entre os licitantes e desde que não comprometam o interesse público, a finalidade e a segurança da contratação;

24.7. O resultado do presente certame será divulgado de conformidade com a legislação vigente, bem como os demais atos pertinentes a esta licitação, passíveis de divulgação;

24.8. Qualquer modificação no Edital será divulgada pelo mesmo instrumento de publicação em que se deu o texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido, exceto quando,

inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das propostas;

24.9. Nenhuma indenização será devida aos licitantes pela elaboração e/ou apresentação de quaisquer documentos relativos a esta licitação;

24.10. A inadimplência do(s) **licitante(s)**, com referência aos encargos, não transfere a responsabilidade por seu pagamento à **PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA**, nem poderá onerar o objeto desta Concorrência; razão pela qual o **licitante vencedor** renuncia expressamente a qualquer vínculo de solidariedade, ativa ou passiva, com a **PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA**;

24.11. A licitação poderá ser revogada ou anulada, nos termos previstos no Art. 49 da Lei Federal nº. 8.666/93 e alterações subsequentes;

24.12. O licitante que se insurgir contra a decisão da Comissão Permanente de Licitação, através de recurso administrativo, por motivo banal e sem amparo legal, ficando caracterizada a sua intenção de tumultuar e atrasar o andamento do processo poderá, a critério da Administração, ser acionado judicialmente para reparar os danos causados à Administração em razão de sua ação procrastinatória;

24.13. A CPL, se achar conveniente, poderá divulgar orientação a respeito de condições desta Licitação e outros assuntos relacionados ao presente processo licitatório, através de ofício e/ou e-mail, enviados aos licitantes que adquiriram este Edital mediante Protocolo de Recebimento, independentemente de solicitação por parte destes.

25. DOS CASOS OMISSOS E DO FORO

25.1. Os casos omissos neste Edital serão resolvidos nos termos da Lei 12.232/2010, complementarmente pela Lei nº 8.666 de 21.06.1993; e alterações subsequentes, bem como pela Comissão Permanente de Licitação – CPL.

25.2. Para fins de dirimir controvérsias decorrentes desta licitação será considerado domicílio contratual eleito pelas partes a Comarca de Timbaúba - PE, sendo unicamente competente o respectivo foro.

Timbaúba, 18 de maio de 2022

Edital Aprovado por
Aguinaldo Menezes – Secretário de Planejamento

Presidente da Comissão de Licitação
Marina de Fátima Lira Silva
COMISSÃO DE LICITAÇÃO

ANEXO I

TERMO DE REFERÊNCIA

1. INTRODUÇÃO

1.1. O presente documento tem por objetivo estabelecer o conjunto de requisitos para licitação com vistas à **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA ATENDER DEMANDA DA PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA/PE**

1.2. As informações aqui descritas formalizam o escopo da licitação para obtenção de propostas para a contratação destes serviços e estabelecem uma referência comum entre a futura contratada e a PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA.

2. OBJETO

2.1 O objeto da presente concorrência é a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, 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 INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO PARA ATENDER DEMANDA DA PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA-PE** conforme as especificações e demais elementos técnicos estabelecidos neste Edital e em seus anexos.

2.2 No objeto poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I – ao planejamento e à execução de pesquisa 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, respeitado o disposto no art. 3º da Lei n.º 12.232/2010;

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

III – à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias da Prefeitura Municipal de Timbaúba

2.2.1 A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações de que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

2.2.2 O planejamento previsto no inciso I do subitem 2.2 objetivas subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e deve prever, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.3. O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será propriedade da Prefeitura Municipal de Timbaúba, sendo, portanto, proibida a sua divulgação por qualquer meio ou sua reprodução total ou parcial sem expressa autorização, ficando a Contratada sujeita às penalidades aplicáveis.

3. VALOR ESTIMADO PARA CONTRATAÇÃO

A Prefeitura de Timbaúba efetuará a contratação dos serviços elencados no valor máximo estimado de **R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais)**.

PRAZO E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

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

d) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco, conforme a proposta apresentada; A contratada será remunerada pelos trabalhos prestados, denominado custos internos de criação, baseado nos valores

já pré-fixados na Tabela SINAPRO vigente. O percentual de desconto do valor da tabela a ser concedido chegará ao desconto máximo de 60% (sessenta por cento).

e) A contratada fará jus ao recebimento de uma comissão por parte dos veículos de comunicação, na seguinte forma: Os veículos emitem suas faturas para a contratante pelo valor líquido, aplicado o percentual de desconto. A contratada emitirá nota fiscal referente ao desconto ofertado em vias de proposta apresentada.

f) Honorário (em percentual) de até 10% (dez por cento), conforme constante na proposta a serem cobrados da PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA, incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada.

3.2. A CONTRATADA não fará (ão) 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.

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

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

3.5. Na reutilização de peças publicitárias por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o cachê original a ser pago pela CONTRATANTE a atores, modelos e locutores, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será de no máximo 30% (trinta por cento).

3.6. Na reutilização de peças publicitárias por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o valor dos direitos autorais de obras consagradas incorporadas a peças publicitárias a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores desses direitos será de no máximo 30% (trinta por cento).

4. PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPES Nº 01, 02 e 03)

A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em três envelopes distintos:

4.1. Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, no ENVELOPE Nº 01.

4.1.1. O **ENVELOPE Nº 01**, Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia), não poderá ter nenhuma identificação na parte externa, para preservar – até a abertura do **ENVELOPE Nº 01** – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária.

4.1.2. A Comissão de Licitação e Subcomissão Técnica só aceitarão o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no **ENVELOPE Nº 01** fornecido obrigatoriamente pela PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA, a pedido do **LICITANTE** interessado na presente Licitação, observado o disposto no subitem **4.1.7**.

4.1.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser redigido em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado, preferencialmente, da seguinte forma:

- em papel A4, branco;
- com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- com espaçamento “simples” entre as linhas;
- com texto em fonte “Arial”, tamanho 12 pontos;
- com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- em caderno único;
- sem identificação do **LICITANTE**.

4.1.4. As tabelas, gráficos e planilhas do subitem poderão ter fontes e tamanhos de fonte usualmente utilizados nesses documentos.

4.1.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca,

sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria.

4.1.6. Os exemplos de peças da Campanha Simulada, sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se ao tamanho do **ENVELOPE Nº 01**.

4.1.7. O **ENVELOPE Nº 01** deverá ser retirado pelo interessado, até o primeiro dia útil anterior à data prevista para a Sessão de abertura da Licitação, no das 07:00 às 13:00 horas , no prédio da Prefeitura Municipal de Timbaúba sito à Rua Dr. Alcebíades, 276 – Centro – TIMBAÚBA -PE.

4.2. Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, no **ENVELOPE Nº 02**, a saber:

ENVELOPE Nº 02

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia)

RAZÃO SOCIAL E CNPJ DO LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 001/2022

4.2.1. O **ENVELOPE Nº 02** será providenciado pelo **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.

4.2.2. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem a Ideia Criativa, deverá ter o mesmo teor da via não identificada e ser elaborado da seguinte forma:

- em papel A4, timbrado;
- com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- com espaçamento “simples” entre as linhas;
- com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;
- com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;

- em caderno único;
- ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação do **LICITANTE**, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

4.2.3. As tabelas, gráficos e planilhas poderão ter fontes e tamanhos de fonte usualmente utilizados nesses documentos.

4.3. Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, no **ENVELOPE N° 03**, a saber:

ENVELOPE N° 03

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

RAZÃO SOCIAL E CNPJ DO LICITANTE

CONCORRÊNCIA N° 001/2022

4.3.1. O **ENVELOPE N° 03** será providenciado pelo **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.

4.3.2. O **ENVELOPE N° 03** e os documentos nele acondicionados (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (**ENVELOPE N° 01**) e que permita identificar a autoria deste antes da abertura do **ENVELOPE N° 02**.

4.4. A documentação dos **ENVELOPES N° 02** e **03** deverá estar em papel timbrado do **LICITANTE**, sem emendas ou rasuras, devendo ainda ser datada e assinada na última folha e rubricada nas demais, **por seu representante legal ou procurador**, com poderes para o exercício da representação.

4.5. A PROPOSTA TÉCNICA INCLUIRÁ 02 (DOIS) ITENS:

- a) Plano de Comunicação Publicitária;
- b) Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

4.5.1. DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

O Plano de Comunicação Publicitária consistirá de um conjunto de textos que deve ser apresentado com um total de até **10 (dez)** laudas, sendo que nenhum dos tópicos descritos no subitem 4.5.2 deve, isoladamente, ultrapassar o limite de **04 (quatro)** laudas. Além destes textos, os tópicos descritos nos subitens 4.5.2.3 (Ideia Criativa) e 4.5.2.4 (Estratégia de Mídia), permitem até **05 (cinco)** anexos cada, inclusos no volume, que devem obedecer às recomendações dispostas em cada uma destas alíneas sem prejuízo das demais.

4.5.2. O plano versará sobre os seguintes tópicos:

4.5.2.1. Raciocínio Básico: composto de um texto, em que o licitante deve expressar seu entendimento sobre a sistemática geral da Prefeitura Municipal de Timbaúba ante as informações apresentadas no briefing, sua linha de atuação específica, e, ainda, suas necessidades de comunicação;

4.5.2.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: constituída de texto em que o licitante exporá o conceito e a temática que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a comunicação da Prefeitura Municipal de TIMBAÚBA - PE, defendendo essa opção, examinando e descartando conceitos alternativos;

4.5.2.3. Ideia Criativa: síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças publicitárias que a corporifiquem objetivamente, apresentados sob a forma de roteiros e textos digitados, limitados a um para cada tipo de peça, em número máximo de 05 (cinco) anexos, onde a agência deverá demonstrar sua capacidade criativa e seu entendimento de acordo com as linhas estratégicas e princípios definidos nos briefings. **Os anexos poderão ser: “layouts”, “storyboards”, roteiros**

de spot ou jingle para rádio, roteiros de vídeo, roteiros de peças para mídias sociais, etc.

4.5.2.4. Estratégia de Mídia: com textos que evidenciem:

- a. Conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público, apresentados sob a forma de texto adequado à mídia escolhida, permitida a inclusão, na forma de anexo, de tabelas analíticas, sobre os hábitos de comunicação do público definido nos *briefings*; sendo limitado a **05 (cinco)** o total de anexos deste tópico;
- b. Utilização dos recursos à disposição da linha de atuação, mediante texto em que se apresente a distribuição da verba nas rubricas de estudo e pesquisa, produção e veiculação, acompanhado da devida justificativa e da inclusão de tabelas, como anexos, que sirvam de apoio aos argumentos oferecidos;
- c. Simulação de plano de distribuição das peças publicitárias de que trata a “ideia criativa”, indicada no subitem acima, acompanhada de memória, no tamanho máximo de uma lauda, em que se explicitem e se justifiquem as premissas assumidas.

4.6 - DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO.

4.6.1 Capacidade de Atendimento: Indicação da infraestrutura e recursos que serão colocados à disposição para a execução dos serviços objeto desta licitação, tanto geral, considerando-se a totalidade dos setores do licitante, quanto específica, no que diz respeito ao setor de atendimento propriamente dito. Esse tópico, a ser abordado sob a forma de textos sem anexos, deve incluir:

- a. Quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da linha de atuação, sob forma de currículo reduzido dos profissionais, discriminando as diferentes áreas de atendimento (estudo e planejamento; criação; produção de rádio, cinema, televisão e produção gráfica; mídia; e atendimento), devendo o licitante indicar, caso a caso, quantos profissionais de cada nível servirão à linha de atuação;
- b. Sistemática de atendimento, com clara indicação das obrigações a serem cumpridas pelo

setor de atendimento do licitante, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até sua criação, produto e veiculação;

c. Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da apresentação dos documentos de habilitação, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;

d. Relação nominal dos instrumentos de pesquisa de mídia e planejamento disponíveis na agência para construção das estratégias de comunicação, próprias ou adquiridas de forma *ad hoc*, por assinatura ou encomenda.

4.6.2 O Repertório: composto de um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pelo licitante, sob forma de peças publicitárias com as respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver, devendo ser entregue em um pen drive e se apresentar da seguinte forma:

- a) Até 03 (três) comerciais para televisão ou mídias sociais;
- b) Até 03 (três) spots e/ou jingles para rádio;
- c) Até 03 (três) anúncios destinados à mídia exterior ou mídia impressa;

4.6.2.1 Cada trabalho apresentado no REPERTÓRIO deverá, obrigatoriamente, conter título, data ou período de veiculação e indicação das praças que o exibiram;

4.6.2.2 Serão vedados os trabalhos que tiverem qualquer referência direta ou indireta da CONTRATANTE ou das suas subsidiárias;

4.6.2.3 Com exceção daquele(s) apresentado(s) pela agência vencedora desta licitação, as segundas vias dos demais repertórios serão devolvidas aos demais licitantes, mediante solicitação destes, no prazo de 30 (trinta) dias contados da data do encerramento deste processo licitatório;

4.6.3 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: Relato de até 02 (dois) *cases histories*, com textos de, no máximo 05 (cinco) laudas cada um, referendados pelos respectivos anunciantes.

5. A Proposta de Preço ofertado deverá conter:

5.1 Itens sujeitos a valoração, contendo as informações constantes no anexo específico deste termo

de referência, indicando os percentuais em algarismos e por extenso, com os seguintes dados:

- a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco, conforme a proposta apresentada;
- b) Honorários (em percentual) de até 7% (sete por cento), conforme constante na proposta, a serem cobrados da PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA, incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada.

5.2 Política de negociação:

- a) de preços e condições de pagamento junto aos fornecedores e veículos, especialmente em relação a descontos;
- b) de preços a serem pagos pela empresa licitante vencedor a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças publicitárias por novos períodos a serem pactuados;
- c) de preços a serem pagos pelo licitante vencedor a autores de obras artísticas preexistentes, aproveitadas em peças publicitárias, na reutilização dessas peças publicitárias por novos períodos a serem pactuados.

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

- a) para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, arte- finalização e assemelhados), cessão durante a vigência do contrato, dos direitos patrimoniais de uso à PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA;
- b) para os direitos de imagem (atores e modelos) e de uso de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de vigência do contrato, com a definição de um percentual de até 30% do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso,
- c) compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças

publicitárias, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos;

5.4 Declaração assinada pelo titular da Empresa ou seu procurador legalmente designado, se comprometendo a repassar a PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA, as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços;

5.5 Declaração assinada pelo titular da Empresa ou seu procurador legalmente designado, afirmando que, nos preços propostos, estão inclusas todas as despesas com mão-de-obra e respectivos encargos sociais, tributários, seguros, transportes e demais despesas necessárias à execução dos serviços objeto desta licitação, inclusive cessão de direitos autorais. Na ausência dessa declaração, serão consideradas inclusas todas as despesas mencionadas neste subitem.

6. DA CAMPANHA SIMULADA

Para efeito de avaliação, o(s) licitante(s) deverá(ão) apresentar uma campanha simulada para a Prefeitura Municipal de Timbaúba no valor estimado de R\$ 80.000,00 (oitenta mil reais) com o tema “EU AMO TIMBAÚBA!”, conforme descrição no Briefing constante no ANEXO II deste Edital, com duração de 30 (trinta) dias.

7. PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

As **propostas técnicas** serão julgadas, avaliadas e classificadas de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado, aferindo-se a nota a partir do somatório dos pontos obtidos nos quesitos técnicos constantes da proposta do licitante, sendo certo que receberá **um máximo de 100 (cem) pontos**, distribuídos entre os diversos tópicos de julgamento, da seguinte forma: **A cada quesito técnico serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:**

RACIOCÍNIO BÁSICO:	
I	<i>máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:</i>

a)	Conhecimento das características gerais da PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA	2,0 (dois) pontos
b)	Conhecimento genérico dos serviços prestados pela PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA	2,0 (dois) pontos
c)	Adequada compreensão da linha de atuação específica da PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA, no âmbito da linha de atuação em questão	3,0 (três) pontos
d)	Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de	3,0 (três) pontos

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

II	máximo de 20 (vinte) pontos , da seguinte forma:	
a)	Formulação do conceito, dos quais 5,0 (cinco) pontos para a compreensão do tema hipotético e 5,0 (cinco) pontos para o desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito	10,0 (dez) pontos
b)	Formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação	10,0 (dez) pontos

IDÉIA CRIATIVA:

III	máximo de 20(vinte) pontos , da seguinte forma:	
a)	Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha	6,0 (seis) pontos
b)	Capacidade de síntese da estratégia de comunicação	4,0 (quatro) pontos
c)	Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida	4,0 (quatro) pontos
d)	Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem	6,0 (seis) pontos

ESTRATÉGIA DE MÍDIA:

IV	máximo de 20 (vinte) pontos , da seguinte forma:	
-----------	---	--

a)	<i>Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação</i>	4,0 (quatro) pontos
b)	<i>Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas</i>	5,0 (cinco) pontos
c)	<i>Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante.</i>	5,0 (cinco) pontos
d)	<i>Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta</i>	6,0 (seis) pontos

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO:		
V	<i>máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:</i>	
a)	<i>Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infra-estrutura, dos recursos materiais, pesquisas e informações disponibilizadas, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição do Prefeitura.</i>	10,0 (dez) pontos
b)	<i>Sistemática de atendimento, com clara indicação das obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento do licitante, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até sua criação, produto e</i>	10,0 (dez) pontos

Repertório:		
VI	Máximo de 5,0 (cinco) pontos	
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as mostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, clareza, qualidade de execução e acabamento.	5,0 (cinco) pontos

VII	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: Máximo de 5,00 (cinco) pontos	
a)	a evidência de planejamento publicitário na construção de seu caso e análise de elementos capazes de formar o diagnóstico.	5,0 (cinco) pontos

- 1 - Para efeito de atribuição das notas, serão considerados como notas máximas os números de pontos indicados em cada quesito relacionado no subitem anterior;
- 2 - A nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero vírgula zero) ponto até a quantidade de pontos indicada em cada quesito;
- 3 - A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da **Subcomissão Técnica designada pela Prefeitura**, através de Portaria e que emitirá relatório com atribuição de notas às propostas;
- 4 - As propostas técnicas serão classificadas pela ordem decrescente de pontuação, considerando o somatório de pontos atribuídos aos quesitos, limitado ao total máximo de 100(cem) pontos, respeitado o mínimo de 70 (setenta) pontos;
- 5 - A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Subcomissão Técnica escolhida nos termos da Legislação em vigor, e que emitirá relatório com atribuição de notas às propostas.

Será desclassificada a proposta técnica que:

- a. Deixar de apresentar quaisquer documentos exigidos, ou apresentá-los em desacordo com o termo de referência;
- b. Não obtiver a nota mínima de **70 (setenta) pontos**.

8. PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS.

Depois de verificado o cumprimento dos requisitos exigidos para as propostas técnica e de preço, será procedida a avaliação dos itens da proposta de preço, conjuntamente, de acordo com os critérios estabelecidos na tabela a seguir:

ITEM	DESCONTO e HONORÁRIO	NOTA
1	Desconto (em percentual) a ser concedido à PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA, sobre os custos internos, baseados na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do	$\text{Nota} = 2,0 \times \frac{\text{Desconto}}{2}$
2	Honorários (em percentual) serem cobrados à PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob	$\text{Nota} = 5,0 \times (15 - \text{honorário})$

A nota de cada proposta de preços será obtida mediante o somatório das notas dos itens 01 e 02 da tabela constante do subitem acima, sendo considerada como proposta de menor preço aquela que obtiver o maior somatório das notas de preços dos itens 01 e 02 da tabela em referência.

9. CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS (NOTA FINAL)

A classificação das propostas far-se-á de acordo com a média ponderada das avaliações das propostas técnicas e de preço, conforme os pesos estabelecidos neste

Termo de Referência, mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$\text{Nota Final} = (\text{Nota Técnica} \times 0,50) + (\text{Nota de Preços} \times 0,50)$$

- 1 - A classificação das propostas far-se-á em ordem decrescente das Notas Finais;
- 2 - A proposta classificada em **primeiro lugar**, com a maior nota final, será considerada vencedora do certame;
- 3 - No caso de empate, a Comissão procederá ao sorteio, em sessão pública, nos termos do §2º do artigo 45 da Lei nº 8.666/93 e alterações subsequentes.

10. DIREITOS AUTORAIS

A **CONTRATADA** cede à **CONTRATANTE**, durante a vigência do contrato, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças publicitárias (fotos e material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, CDs, imagens brutas em filme ou VT, composições, arranjos, execução de trilha sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras modalidades de publicidade existentes ou que venham a ser inventadas, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato a ser firmado;

A **CONTRATADA** se compromete a realizar por escrito a contratação de terceiros para produção de peças publicitárias e campanhas e a prestação de outros serviços, onde deverá explicitar a cessão durante a vigência do contrato, a Prefeitura do uso das peças publicitárias e do material bruto;

A **CONTRATANTE** considerará como inclusa nos custos de produção, qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, durante a vigência do contrato;

A **CONTRATADA** se compromete a negociar as melhores condições de preços até os percentuais máximos de 30% (trinta por cento) para os direitos de imagens e som de voz (atores, modelos e locutores) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias da **CONTRATANTE**.

AGUINALDO MENEZES JÚNIOR
SECRETÁRIO DE PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO URBANO

ANEXO II

BRIEFING

OBJETO: Constitui objeto da presente a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA ATENDER DEMANDAS DA PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA - PE ATRAVÉS DA SECRETARIA DE PLANEJAMENTO.**

Conceito

As agências candidatas à contratação pela PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA devem ter condições de trabalhar todas as vertentes da comunicação desta empresa, desde a criação de campanhas institucionais a ações de relacionamento e comunicação de utilidade pública. Partindo do Conceito de Comunicação Integrada de Marketing (CIM), que considera todas as formas de contato da marca ou empresa como um canal potencial para divulgação de mensagens com seu público, as licitantes devem demonstrar uma abordagem integrada para suas atividades de comunicação e não apenas justaposição de peças e propostas. Com isto fica evidente a necessidade da empresa de comunicação desenvolver desde o planejamento das ações a operacionalização destas estratégias, tendo como foco a melhor governança dos recursos empregados e a excelência nos resultados a serem obtidos.

É importante destacar que as estratégias de Comunicação Integrada devem ser desenvolvidas não apenas em cada uma das secretarias do município, mas no trabalho desenvolvido por este como um todo. É missão das concorrentes, portanto, ter atuação decisiva no processo de desenvolvimento e de implementação de várias formas de programas de comunicação persuasivos com a população em geral e programas potenciais específicos que venham a surgir no decorrer da atividade com a PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA, incluindo comunicação para seu público interno, informativas, ambientais e turísticas.

Objetivo

O desafio que se coloca para as participantes do edital é o desenvolvimento de uma campanha simulada, com ações voltadas para o tema “EU AMO TIMBAÚBA!”, uma ação “guarda-chuva” que visa melhorar a autoestima no município através de uma cultura do amor, pois esse sentimento é o

agente transformador.

das atitudes humanas. As peças e ações devem mobilizar a população/comunidade em torno desta nova cultura. Para isto é preciso não só tratar das questões relacionadas ao amor pela cidade, mas também as pequenas atitudes dos cidadãos do cuidado com o próximo, com sua família e comunidade em geral. É indispensável que ao construir sua estratégia, as licitantes demonstrem já no raciocínio básico sua compreensão do tema central da comunicação, propondo a conceituação da mensagem principal. Também deve ser mantida em sua proposta a síntese desta mensagem através do slogan “#EUAMOTIMBAÚBA. Porém esse mote pode ser desmembrado e utilizado apenas como tema central. Ao desenvolver a campanha fruto desta base estratégica, caberá a cada concorrente demonstrar a capacidade de desdobramento e aplicabilidade do formato proposto às diversas necessidades, tomando como fundamento criativo as informações disponibilizadas no briefing.

Desta forma, cada uma das concorrentes deve apresentar roteiros, layouts, peças para redes sociais, ações de mídia e textos de base informativa e persuasiva, ficando facultado às agências apresentar roteiros e storyboards de filmes e de spots de rádio, caso julguem necessários para a melhor visualização e apresentação da campanha.

Tema de Campanha

“EU AMO TIMBAÚBA!”

Recursos

Para efeito de avaliação, o(s) licitante(s) deverá (ão) apresentar uma campanha simulada para a Prefeitura Municipal de Timbaúba no valor total estimado de R\$ 80.000,00 (oitenta mil reais) com o tema “EU AMO TIMBAÚBA!”, conforme descrição no briefing constante no ANEXO II deste Edital, com duração de 30 (trinta) dias.

Considerações Finais

O que se observa nesta campanha é que as licitantes deverão agir de forma criativa não apenas na produção das peças, mas principalmente no desenvolvimento de estratégias acessíveis e de baixo dispêndio de recursos que possam sensibilizar o máximo possível de pessoas da população de interesse da campanha. Conhecer o perfil psicográfico dos formadores de opinião e da população é, portanto,

fundamental aos melhores resultados, sem abandonar a tradicional e necessária segmentação demográfica deste público.

AGUINALDO MENEZES JÚNIOR
SECRETÁRIO DE PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO URBANO

ANEXO III

**TERMO DE CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTE
(MODELO)**

Local e Data

À

Att.: COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Ref.: TERMO DE CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTE

Credenciamos junto à Prefeitura Municipal de Timbaúba-PE, o (a) Senhor (a), (nacionalidade, estado civil, profissão), portador da cédula de Identidade nº..... expedido pela, devidamente inscrito no Cadastro de Pessoas Físicas do Ministério da Fazenda, sob o nº....., residente à rua, nº....., como mandatário, para representar a empresa, podendo praticar todos os atos necessários concernentes ao Processo Licitatório n.º ____/2022 – Concorrência n.º ____/2022, da COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO, que tem como objeto a CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA ATENDER DEMANDAS DA PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA, de acordo com o Termo de Referência (ANEXO I) e Briefing (ANEXO II) do Edital; ao qual outorgamos amplos poderes, inclusive para interpor recursos, quando cabíveis, transigir, desistir, renunciar e assinar atas e documentos, praticando, desta forma, todos os atos indispensáveis para nossa participação no presente processo licitatório.

Atenciosamente,

Empresa (Identificação)

Assinatura do representante legal (indicar nome e cargo)

(em papel timbrado da licitante)

ANEXO IV

**CARTA DE APRESENTAÇÃO DE
DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
(MODELO)**

Local e Data

À

Att.: COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Ref.: DOCUMENTOS PARA HABILITAÇÃO

Senhor (a) Presidente da Comissão Permanente de Licitação,

Em cumprimento ao disposto no Edital da Concorrência nº 001/2022 – Processo Licitatório nº 030/2022, que tem como objeto a CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA ATENDER DEMANDAS DA PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA, de acordo com o Termo de Referência (**ANEXO I**) e Briefing (**ANEXO II**), do Edital, encaminhamos para apreciação de V. Sas. os documentos abaixo discriminados:

(Descrever os documentos da habilitação do presente Edital). Declaramos, sob as penalidades cabíveis que temos pleno conhecimento de todos os aspectos relativos a presente licitação e manifestamos nossa plena concordância com as condições constantes em seu Edital e respectivos anexos.

Atenciosamente,

Empresa (Identificação)

Assinatura do representante legal (Indicar nome e cargo)

(em papel timbrado da Licitante)

ANEXO V

**DECLARAÇÃO DO CUMPRIMENTO DO DISPOSTO NO INCISO XXXIII DO ART. 7º
DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.
(MODELO)**

Local e Data

À

Att.: COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Ref.: DOCUMENTOS PARA HABILITAÇÃO

Senhor(a) Presidente da Comissão Permanente de Licitação,

A empresa _____, CNPJ _____ para fins de participação no Processo Licitatório n.º 030/2022 – Concorrência n.º 001/2022, que tramita perante a PREFEITURA DE TIMBAÚBA que tem como objeto a CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA ATENDER DEMANDAS DA PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA, de acordo com o Termo de Referência (ANEXO I) e Briefing (ANEXO II) do Edital; por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a) _____ portador(a) da Carteira de Identidade n.º _____ e do CPF n.º _____ **DECLARA**, sob as penas da lei, para atender o disposto no inciso V do art. 27 da Lei n.º. 8.666, de 21 de junho de 1993, acrescido pela Lei n.º. 9.854, de 27 de outubro de 1999, não possuir em seu quadro de pessoal, empregados menores de 18 (dezoito) anos, em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e de menores de 16 (dezesesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos, nos termos do inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal.

Atenciosamente,

Empresa (Identificação)

Assinatura do representante legal (Indicar nome e cargo)

(em papel timbrado da Licitante)

ANEXO VI

PROPOSTA DE PREÇOS E VALORAÇÃO
(MODELO)

Local e Data

À

Att.: COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Ref.: CONCORRÊNCIA Nº 030/2022/PROCESSO LICITATÓRIO Nº 001/2022

Apresentamos a Proposta de Preços e Valoração para a licitação em referência.

1. Objeto: Constitui objeto da presente a CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA ATENDER DEMANDAS DA PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA, de acordo com o Termo de Referência (ANEXO I) e Briefing (ANEXO II) do Edital;

2. Remuneração proposta:

Apresentamos a proposta de preços referente à licitação acima identificada, conforme discriminação abaixo:

a) **honorários** (em percentual) entre

7% (sete por cento) até 15% (15 por cento) a serem cobrados da **PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA**, incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada: _____ % (por extenso).

3. Declaração do licitante sobre o tratamento dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir: (descrever nos termos do Edital de licitação).

4. Demais declarações:

4.1. Declaramos que nos comprometemos a repassar à **CONTRATANTE** todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços.

4.2. Declaramos que os preços propostos estão inclusos todos os tributos e despesas com materiais e mão de obra, seja qual for a sua natureza, incluindo, fretes, seguros, encargos sociais, trabalhistas e fiscais, ISS, despesas de viagem, locomoção, permanência, alimentação e quaisquer outras, segundo a legislação em vigor, representando a compensação integral pela prestação dos serviços.

4.3. Declaramos que reverteremos ao contratante, parcela do “desconto padrão de agência” caso façamos jus, no percentual máximo de cada faixa (2%, 3% ou 5%, conforme o caso), indicada no ANEXO “B” – SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS / BENEFÍCIOS, constante das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, emitida pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão, com base no investimento bruto anual em mídia.

5. Prazo de validade da proposta: mínimo de 60 (sessenta) dias contados da data da entrega dos envelopes “1” (Proposta Técnica), “2” e “3” (Proposta de Preços), à Comissão Permanente de Licitação.

6. Alíquota do Imposto Sobre Serviço de Qualquer Natureza praticada no município do domicílio do licitante, 5% (cinco).

Local da sede da empresa, ____ de _____ de 2022.

(assinatura do representante legal
denominação da empresa)

- ANEXO VII -

MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, QUE ENTRE SI CELEBRAM A PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA, E DE OUTRO LADO, A EMPRESA, NA FORMA DA LEI.

Contrato de prestação de serviços que firmam, como **CONTRATANTE**, a **PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA- PE**, pessoa jurídica de direito público, inscrita no CNPJ sob o nº. 11.361.904/0001-69, com sede Rua Dr. Alcebíades, 276, CEP: 55870-000, neste ato representado legalmente por seu Secretário de o **Sr. Aginaldo Antônio Cavalcanti de Menezes Júnior** brasileiro, casado, residente e domiciliado na Rua Lara do Feitosa, 258, Apto 1402, Encruzilhada, Recife - PE, inscrita no CPF/MF sob o nº. 035.710.004.20 e RG nº 535.96.63 SSP/PE, neste Estado, doravante denominada, simplesmente, **CONTRATANTE**, e, de outro lado, a empresa:

_____, CNPJ _____ Endereço:

_____ doravante denominada, simplesmente, **CONTRATADA**, neste ato representada por seu representante Legal, (nacionalidade), (estado civil), (profissão), inscrito no CPF(MF) sob o nº____, portador da Cédula de Identidade nº____, domiciliado, tendo em vista a homologação e adjudicação do **Processo Licitatório nº 030/2022, CONCORRÊNCIA nº 001/2022**, proferido pelo Exmo. Sr. Prefeito, celebram o presente contrato de empresa para prestação de serviços, de acordo com o Termo de Referência (**ANEXO I**) do Edital e Briefing (**ANEXO II**), que se regerá pelas normas constantes da Lei Federal nº 12.232/2010 E Lei 8666/93, e suas alterações posteriores, e, subsidiariamente, pelo código civil brasileiro, mediante as seguintes cláusulas e condições:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

Constitui objeto da presente a de serviços de publicidade e propaganda institucional, planejamento de comunicação e marketing, a serem prestados por agência de publicidade e propaganda, para atender demandas da **PREFEITURA DE TIMBAÚBA, ATRAVÉS DA SECRETARIA DE**

COMUNICAÇÃO, de acordo com o Termo de Referência (ANEXO I) e Briefing (ANEXO II).

Parágrafo Único – a prestação do serviço, objeto do presente contrato não cria quaisquer vínculos empregatícios da **PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA** com o contratado, descabendo, portanto, as imputações de obrigações de ordem trabalhista, previdenciária ou securitária.

CLÁUSULA SEGUNDA - DA VIGÊNCIA

O Contrato entrará em vigor na data de sua assinatura, vigendo por 12 (doze) meses.

CLÁUSULA TERCEIRA - DO PRAZO DA EXECUÇÃO

O prazo para o fornecimento objeto deste contrato é de **12 (doze) meses** contados a partir da data da assinatura do contrato, podendo ser prorrogado a critérios das partes, mediante Termo Aditivo nos termos Lei nº 8.666/93 e alterações posteriores.

CLÁUSULA QUARTA – DO PREÇO E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

O valor global para a prestação do serviço do objeto deste contrato é de R\$ (Valor da verba licitada), para o período de 12 (doze) meses, já inclusos todos os custos e encargos referentes a execução do objeto inclusive, transporte, administração, mão-de-obra de carregamento e descarregamento, encargos sociais e trabalhistas, impostos, licenças, taxas de qualquer natureza e outros quaisquer que, direta ou indiretamente, impliquem ou venham a implicar no fiel cumprimento deste instrumento.

Parágrafo Único – O pagamento será feito, mensalmente, em até 30 (trinta) dias após a apresentação das faturas correspondentes aos serviços efetivamente executados e devidamente atestados pela Secretaria de Comunicação. O contratado deverá apresentar provas de regularidade junto federal e ao FGTS da última competência vencida.

CLÁUSULA QUINTA - DAS DOTAÇÕES ORÇAMENTÁRIAS

As despesas decorrentes da execução do presente CONTRATO correrão por conta da seguinte Dotação

Orçamentária:

2014 – SECRETARIA MUNICIPAL DE PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO URBANO

2.2158 MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES DA SEC. DE PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO URBANO

33.90.39 – OUTROS SERVIÇOS PESSOA JURÍDICA

FONTE 1

CLÁUSULA SEXTA – DOS ENCARGOS

A **CONTRATADA** é responsável pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais resultantes da execução do Contrato. A inadimplência da **CONTRATADA** com referência aos encargos trabalhistas, fiscais e comerciais não transfere ao Contratante a responsabilidade por seu pagamento, nem poderá onerar o objeto do Contrato.

CLÁUSULA SÉTIMA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

A **CONTRATADA** obrigará-se-á:

I - a executar os serviços de que trata o objeto licitado, observado as especificações contidas no Anexo I, no prazo previsto no Edital;

II - a Cumprir rigorosamente os prazos estabelecidos conforme especificado no Edital, sujeitando-se às penas e multas estabelecidas neste Edital, além das aplicações daquelas previstas no Art. 81 da Lei nº 8.666/93, e alterações posteriores.

CLÁUSULA OITAVA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

O Contratante obrigará-se-á a providenciar e notificar, por escrito, as falhas da contratada, que por ventura venham a ocorrer, solicitando as providências cabíveis, de acordo com o estabelecido no presente, bem como efetuar o pagamento de acordo com o pactuado.

CLÁUSULA NONA - DO REAJUSTAMENTO

Não haverá reajustamento de preços.

CLÁUSULA DÉCIMA – DA RESCISÃO

Constitui motivo para rescisão do presente Contrato, assegurado o contraditório e a ampla defesa, a ocorrência de qualquer das hipóteses prevista no Art. 78, da Lei Federal nº 8.666/93 e Alterações, desde que cabíveis à presente contratação, resguardadas as prerrogativas conferidas por esta Lei Federal à **PREFEITURA**, consoante o que estabelece o Art. 58, bem como nas formas e condições previstas no Art. 79.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS PENALIDADES

Pela inexecução total ou parcial do objeto do presente Instrumento contratual, a **PREFEITURA DE TIMBAÚBA** poderá, sem prejuízo do disposto nos Art. 86 e 87 da Lei 8.666/93, garantida a prévia defesa, aplicar ao contratado as seguintes sanções, após regular processo administrativo:

- a) advertência;
- b) multa, sendo:
 - b.1) de 1% (um por cento) sobre o valor do contrato por dia de atraso ou entrega do objeto em desacordo com as condições estabelecidas.
 - b.2) de 5% (cinco por cento) sobre o valor do contrato, no caso de inexecução total ou parcial do objeto licitado;
 - b.3) de 30% (trinta por cento) sobre o valor do contrato, no caso de atraso superior a 30 (trinta) dias.
- c) suspensão temporária do direito de licitar, de contratar com o Município de Timbaúba por período não superior a 02 (dois) anos e, se for o caso, pelo prazo de até 5 (cinco) anos ou enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou, ainda, até que seja promovida a reabilitação perante a autoridade que aplicou a penalidade;
- d) declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Municipal enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a

própria autoridade que aplicou a penalidade.

Parágrafo Único - as multas previstas na letra “b”, não tem caráter compensatório e o seu pagamento não eximirá a **contratada** da responsabilidade por perdas e danos decorrentes das infrações cometidas.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DOS DOCUMENTOS QUE INTEGRAM ESTE CONTRATO

- a) Cópia da Homologação/Adjudicação;
- b) Cópia da Proposta da **CONTRATADA**.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DO FORO COMPETENTE

É competente o Foro da Comarca de TIMBAÚBA-PE para dirimir qualquer divergência ou dúvida fundada no presente instrumento, renunciando a qualquer outro por mais privilegiado que seja.

E, por estarem, assim, justas e acordadas, firmam o presente em 04 (quatro) vias de igual teor e forma, para um só efeito jurídico e legal, na presença de 02 (duas) testemunhas, que no final também o subscrevem.

Timbaúba, ____ de _____ de 2022.

PREFEITURA MUNICIPAL DE TIMBAÚBA

RAZÃO SOCIAL

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

Nome/CPF:

Nome/CPF: