



PROCESSO LICITATÓRIO Nº 038/2022
CONCORRÊNCIA Nº 006/2022

O Município de Carpina, pessoa jurídica de direito público, com sede na Praça São José, 95, São José, Carpina-PE, CEP: 55815-040, CNPJ nº 11.097.342/0001-98, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, torna pública a realização da **CONCORRÊNCIA nº 006/2022** do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, sob o regime de execução de empreitada por preço global, a **realizar-se no dia 19 de setembro 2022, às 10:00h**, para Registro de Preços, consignado em Ata, pelo prazo de 12 meses, objetivando à eventual contratação de empresa especializada na prestação de serviços técnicos de publicidade e propaganda, de caráter educativo, informativo e de orientação social, nos termos do art. 37, parágrafo 1º da Constituição Federal, visando à divulgação institucional e social da **Prefeitura Municipal do Carpina**.

A Licitação será regida pela legislação pertinente, em especial pelo § 1º, do art. 37, da Constituição da República de 1988, e pela Lei 8.666/93 e alterações posteriores, **pela Lei 12.232/2010**, pelas Leis Complementares nº 123/2006 e 147/2014, pelas cláusulas e condições deste edital e seus anexos e, ainda, pelas normas que regem a atividade de publicidade e propaganda, em especial, a Lei nº 4.680, de 18.06.65, o Decreto Federal nº 57.690, de 01/02/66.

O certame ocorrerá na sala da Comissão Permanente de Licitação da Prefeitura Municipal de Carpina, situada na Praça São José, 95, bairro de São José, Carpina (PE). Se eventualmente ocorrer feriado na data aprezada para a realização da sessão, esta deverá no primeiro dia útil subsequente.

A sessão de abertura será realizada as **10:00 horas do dia 19/09/2022**.

Considerando que a sessão de abertura será gravada via vídeo com a presença da Comissão Permanente de Licitação - CPL.

1 - DO OBJETO

1.1 – Constitui-se objeto da presente licitação a contratação de empresa especializada na prestação de serviços integrados de publicidade e propaganda destinados à criação, produção e veiculação de material promocional impresso e audiovisual para divulgação institucional e social da **Prefeitura Municipal de Carpina**.

1.2 - Os serviços devem observar o caráter informativo e publicitário, de acordo com o Briefing (ANEXO IV) desde Edital.

1.3 – A publicidade e propaganda de que trata este edital visa à divulgação dos atos, programas, obras, serviços, desenvolvimento de peças publicitárias de apoio a eventos educacionais, culturais e artísticos e ou marketing promocional, informações de interesse público, orientação e educação dos munícipes, compreendendo pesquisa, estudo, planejamento, conceituação, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, distribuição aos veículos, formas inovadoras de comunicação, pesquisas e avaliações de matérias que guardem pertinência com serviços publicitários.

1.4 – Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes a:

- a) Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;
- c) Produção e execução técnica das peças e/ou material criado pelas agências contratadas.



1.4.1 – As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea "a" do subitem 1.4 terão a finalidade específica de:

- a. gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação da PREFEITURA DE CARPINA/PE, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b. aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c. possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

1.4.2 - É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações previstas na alínea "a" do subitem 1.1.1 de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

1.4.3 - Os serviços previstos no objeto a ser licitado não abrangem as atividades de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, projetos de ambientação e decoração, montagem de estandes em feiras e exposições e serviços correlatos, viabilização de cotas de patrocínio para divulgação de projetos social, cultural e esportivo e merchandising com apoio da PREFEITURA DE CARPINA/PE e atividades de desenvolvimento e implantação de serviços para internet.

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

1.5 Para a realização dos serviços contidos no objeto desta licitação, será contratada uma agência de propaganda, declarada vencedora da concorrência, nos termos do resultado de julgamento das propostas.

1.6 A agência contratada atuará de acordo com solicitação da Contratante.

2 - DOS VALORES E DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

2.1 - O valor de contratação dos serviços objeto desta Licitação está estimado em **R\$ 900.000,00** (novecentos mil reais) provenientes de recursos próprios ou vinculados.

2.2 - As despesas decorrentes da execução dos Contratos correrão à conta de dotações orçamentárias exercício 2022 das Secretarias e Fundos Municipais:

SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO; SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO; FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE; FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTENCIA SOCIAL; SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO, CULTURA E DESPORTO; SECRETARIA MUNICIPAL DE OBRAS E INFRAESTRUTURA; SECRETARIA MUNICIPAL DE MEIO AMBIENTE; SECRETARIA MUNICIPAL DE PLANEJAMENTO; SECRETARIA MUNICIPAL DE FINANÇAS.

2.3 - A execução dos serviços será remunerada na forma apresentada no Anexo III (Proposta de Preços), referentes aos custos internos relativos aos trabalhos desenvolvidos pela licitante contratada e nas condições dos honorários a seguir:

2.3.1 – Pelos honorários de 20% (vinte por cento) sobre as veiculações efetivadas, incidente sobre o valor da mídia efetivamente negociada, pago à licitante a ser contratada, pelos Veículos de Comunicação.



2.3.2 - Pelos honorários de até 15% (quinze por cento) sobre custos de produção realizada tecnicamente por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços decorrentes do estudo, acompanhamento ou de criação intelectual da Agência contratada.

2.3.3 - Pelos honorários de até 10% (dez por cento) sobre os custos de produção realizada por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços, quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.

2.3.4 – Os percentuais supracitados serão inalteráveis pelo período de 06 (seis) meses, contados a partir da data de assinatura do contrato, inclusive quando de eventuais prorrogações.

3 – DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

3.1 - Poderão participar da presente Licitação empresas especializadas legalmente estabelecidas no País, do ramo de atividade de publicidade e propaganda, que satisfaçam os requisitos do art. 3º da Lei Nº 4.680, de 18/06/65, artigo 6º do decreto 57.690/66, desde que estejam aptas a concorrerem conforme estabelecem as Leis 8.666/93 e 12.232/2010 e que cumpram os requisitos deste Edital.

3.2 - Não serão admitidos interessados que se enquadrem em quaisquer das situações a seguir:

- a) Estejam cumprindo a penalidade de suspensão temporária imposta pelo Município;
- b) Sejam declarados inidôneos em qualquer esfera de Governo (nos termos do inciso IV do art. 87 da Lei 8.666);
- c) Estejam sob regime de falência, concordata, dissolução ou liquidação;
- d) Todos aqueles casos proibidos pela legislação vigente;
- e) Possuam proprietário titular de mandato eletivo;
- f) Estejam descumprindo o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal;
- g) Reunidas sob qualquer forma de consórcio;
- h) Enquadradas nas disposições do artigo 9º da Lei Federal 8.666/93;
- i) Estrangeiras, sem sede no País;
- j) Não certificadas pelo Conselho Executivo das Normas Padrão.

3.3 - O representante da licitante, para participação nesta Licitação, deverá estar munido de sua carteira de identidade e carta de credenciamento que lhe permita assinar documentos e tomar decisões, inclusive, quanto à desistência de recursos, conforme modelo constante do Anexo I deste Edital, com firma reconhecida em cartório de notas, ou por instrumento público de procuração. Caso o representante na licitação seja sócio com poderes para representar a sociedade será dispensado o reconhecimento de firma. As licitantes poderão substituir seu representante, desde que em conformidade com o aqui requerido. A não apresentação do credenciamento não inabilitará a licitante, mas impedirá a pessoa presente de se manifestar e responder em nome da empresa.

3.4 - Cópia deste instrumento convocatório somente poderá ser retirado contra recibo na Seção de Licitação da Prefeitura, localizada Praça São José, 95, São José, Carpina-PE, no horário de 8h às 13h, haja vista a necessidade de se receber o envelope padronizado citado na letra “a” do item 4.1 deste edital.

3.5 - Pedidos de esclarecimentos ou impugnações poderão ser feitos através de protocolo na Seção de Licitação da Prefeitura em até 05 (cinco) dias úteis antes da data de entrega dos envelopes e serão respondidos em até 03 (três) dias úteis da data de seu efetivo recebimento (art. 41, § 1º, Lei 8.666/93).

3.5.1 - Os esclarecimentos ou impugnações ao Edital deverão ser encaminhados para a Comissão Permanente de Licitação, que responderá através de endereço eletrônico ou fax em mensagem acessível a todos os interessados.



3.5.2 - Serão encaminhadas, além das respostas, outras informações que a Comissão Permanente de Licitação julgar importantes.

3.6 - A apresentação das propostas na Licitação será considerada como evidência de que o licitante examinou completamente o Edital e todos os seus anexos, que os comparou entre si, que obteve da Comissão Permanente de Licitação todas as informações satisfatórias sobre quaisquer pontos duvidosos, e que considera que o caderno desta Licitação lhe permitiu preparar as propostas de maneira completa e totalmente satisfatória.

3.7 - Para efeito deste Edital, têm-se como participantes:

a) SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO; SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO; FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE; FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTENCIA SOCIAL; SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO, CULTURA E DESPORTO; SECRETARIA MUNICIPAL DE OBRAS E INFRAESTRUTURA; SECRETARIA MUNICIPAL DE MEIO AMBIENTE; SECRETARIA MUNICIPAL DE PLANEJAMENTO; SECRETARIA MUNICIPAL DE FINANÇAS.

b) Fornecedor: Empresa prestadora do fornecimento, de acordo com as especificações e condições estipuladas neste Edital de Concorrência e seus anexos.

c) Órgão Gerenciador: SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO DO CARPINA – PE, responsável pela regulamentação deste certame e executor da Concorrência para o Registro de Preços.

3.8 - A participação neste certame implica aceitação de todas as condições estabelecidas neste instrumento convocatório.

4 - DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS E PROPOSTAS

4.1 - Os interessados deverão habilitar-se à Licitação, até as 10:00H do dia 19 de setembro de 2022, apresentando na Seção de Licitação da Prefeitura, localizada na Praça São José, 95, Bairro São José, Carpina-PE, perante a Comissão Permanente de Licitação, 04 (quatro) envelopes opacos e devidamente lacrados (sendo um deles obrigatoriamente solicitado pela licitante e fornecido pela Prefeitura Municipal), rubricados no seu fecho (exceto o envelope nº 01 retro citado, que deverá ser apenas lacrado), devendo obedecer às seguintes disposições:

a.1) **O ENVELOPE Nº 01** (que será fornecido exclusivamente pela Prefeitura Municipal contra recibo) não poderá ser identificado, para preservar, até a abertura do Envelope nº 02, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia) sendo vedado à licitante apresentar em sua parte externa e em todo seu conteúdo, a colocação de qualquer tipo de símbolo, marca, nome ou outro meio qualquer que a identifique. Os invólucros padronizados contendo a via NÃO IDENTIFICADA do Plano de Comunicação só serão recebidos pela Comissão Permanente de Licitação se não apresentarem rubrica, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

a.2) O Plano de Comunicação deverá conter páginas numeradas sequencialmente.

a.3) Os exemplos de peças relativos à Ideia Criativa, sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se ao tamanho do Envelope nº 01. Devem ser numeradas na sequência das páginas do Plano de Comunicação.

a.4) O Plano de Comunicação Publicitária Não Identificado deverá ser redigido em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

- Em papel A4, branco;
- Com espaçamento de 2cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;



- Com textos justificados;
- Com espaçamento “simples” entre as linhas e duplo entre parágrafos;
- Com texto em fonte “Arial”, tamanho 12 pontos;
- Com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- Sem qualquer tipo de encadernação, ou seja, sem espiral, sem grampo, etc., as folhas, todas do tamanho A4, tipo offset, na cor branca, deverão ser colocadas soltas e em ordem dentro do envelope 01;
- Sem identificação da licitante.

a.5) As especificações do subitem acima aplicam-se, no que couber, aos quesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

a.6) As tabelas, gráficos e planilhas referentes à estratégia de mídia e não mídia poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos.

a.7) O Plano de Comunicação Publicitária Não Identificado não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação de sua autoria pela Subcomissão Técnica na ocasião do julgamento dos envelopes nº 01 e nº 03.

a.8) Os exemplos de peças que integram a Ideia Criativa, do Plano de Comunicação Publicitária Não Identificado, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se ao tamanho do Envelope nº 01. Devem ser numeradas na sequência das páginas do Plano de Comunicação e identificadas apenas com o nome da peça corporificada.

a.9) A inobservância destas instruções acarretará a desclassificação da licitante.

b) Envelope Nº 02 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA IDENTIFICADO

LICITAÇÃO: CONCORRENCIA Nº 006/2022

OBJETO: Contratação de empresa de publicidade e propaganda

RAZÃO SOCIAL E CNPJ DA PROPONENTE:

b.1) O Envelope nº 02 deverá ser providenciado pela proponente e deverá ser timbrado, devendo ainda ser inviolável quanto às informações e documentos nele constantes, até a data de sua abertura.

b.2) O Plano de Comunicação Identificado deverá ser redigido em língua portuguesa - salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente - com clareza, sem emendas, entrelinhas ou rasuras, em papel contendo o timbre da empresa, endereço completo, número do telefone e fax (quando existente).

b.3) O Plano de Comunicação Publicitária Identificado, sem os exemplos de peças da Ideia Criativa, deverá constituir-se em uma cópia do Plano de Comunicação Não Identificado, mas, com a identificação da licitante e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

c) Envelope Nº 03 – INFORMAÇÕES RELATIVAS À CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

LICITAÇÃO: CONCORRÊNCIA Nº 006/2022

OBJETO: Contratação de empresa de publicidade e propaganda

RAZÃO SOCIAL E CNPJ DA PROPONENTE:

c.1) O Envelope nº 03 deverá ser providenciado pela proponente e deverá ser timbrado, devendo ainda ser inviolável quanto às informações e documentos nele contidos, até a data de sua abertura.



c.2) Os documentos a serem inseridos neste envelope deverão ser redigidos em língua portuguesa - salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente - com clareza, sem emendas, entrelinhas ou rasuras, em papel contendo o timbre da empresa, endereço completo, número do telefone e fax (quando existente).

c.3) Os documentos acostados no Envelope nº 03 não poderão ter marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que tenha relação com o Plano de Comunicação Publicitária Não Identificado, a fim de que não permita a identificação da autoria do conteúdo do Envelope nº 01 antes da abertura do Envelope nº 02.

c.4) Os documentos a serem inseridos neste envelope, Informações Relativas à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, deverão ser redigidos em língua portuguesa - salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente - com clareza, sem emendas, entrelinhas ou rasuras, em papel contendo o timbre da empresa, endereço completo, número do telefone e fax (quando existente) e assinados por quem detenha poderes de representação legal da proponente, ou de seu procurador legalmente constituído, na forma de seus atos constitutivos.

d) Envelope Nº 04 – PROPOSTA DE PREÇOS

LICITAÇÃO: CONCORRÊNCIA Nº 006/2022

OBJETO: Contratação de empresa de publicidade e propaganda

RAZÃO SOCIAL E CNPJ DA PROPONENTE:

d.1) O Envelope nº 04 deverá ser providenciado pela proponente e deverá ser timbrado, devendo ainda ser inviolável quanto às informações e documentos nele constantes, até a data de sua abertura.

d.2) Os documentos a serem inseridos neste envelope, Planilha de Preços e Declarações dos itens 7.1.2 e 7.1.3, deverão ser redigidos em língua portuguesa - salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente - com clareza, sem emendas, entrelinhas ou rasuras, em papel contendo o timbre da empresa, endereço completo, número do telefone e fax (quando existente) e assinados por quem detenha poderes de representação legal da proponente, ou de seu procurador legalmente constituído, na forma de seus atos constitutivos.

4.2 - Os envelopes Nº 02, Nº 03 e Nº 04 deverão conter obrigatoriamente os documentos respectivos e citados neste edital, apresentados da seguinte forma:

A - Em uma via no original, sem emendas, rasuras ou entrelinhas;

B – Assinados e datados na última página e rubricados em todas as folhas pelo Representante Legal da Empresa Licitante, ou de seu procurador legalmente constituído, observando as exigências constantes nos Anexos e Modelos deste Edital;

C - Numerados, sequencialmente, devendo o número vir ao lado direito e inferior da página.

4.3 - Os Envelopes Nº 01, Nº 02, Nº 03 e Nº 04 serão entregues por representante da licitante, credenciado por meio de "Carta de Credenciamento" conforme modelo constante do Anexo I.

4.3.1 - No início da sessão, a Comissão Permanente de Licitação examinará as Cartas de Credenciamento e os documentos de identidade, retendo as primeiras para posterior juntada aos autos do processo licitatório.

4.3.2 – Caso o preposto da licitante não seja seu representante legal ou estatutário, o credenciamento será feito por intermédio de procuração pública ou particular (esta com firma reconhecida e acompanhada dos documentos que comprovem a legalidade da outorga de poderes), com no mínimo os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo I.



4.3.3 – A ausência de documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação e de entregar a documentação solicitada, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento, até que seja apresentado o documento competente.

4.3.4 – A documentação apresentada na primeira sessão de recepção dos envelopes, em conformidade com o solicitado nos itens deste, credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de substituição do representante no decorrer do processo licitatório, deverá ser credenciado novo representante, nos mesmos termos acima.

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

5 – DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

Os documentos de habilitação, Envelope nº 05, serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do art. 11 da Lei 12.232/2010.

e) Envelope Nº 05 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

LICITAÇÃO: CONCORRÊNCIA Nº 006/2022

OBJETO: Contratação de empresa de publicidade e propaganda

RAZÃO SOCIAL E CNPJ DA PROPONENTE:

5.1 – A contratação da licitante vencedora nos quesitos julgamento técnico e de preços, somente se fará mediante a apresentação completa dos documentos (em vigor na data da sessão de sua análise), em cópias autenticadas por tabelionato de notas, a seguir descritos:

5.1 - DOCUMENTO D-1

Declaração de aceitação das condições deste Edital, e de submissão às exigências legais, bem como de responsabilidade pela autenticidade e veracidade dos documentos e informações apresentadas, conforme Modelo constante no Anexo II, deste Edital.

DOCUMENTAÇÃO RELATIVA À HABILITAÇÃO JURÍDICA

5.2 - DOCUMENTO D-2

A – Cédula de identidade dos representantes legais da licitante;

B – Carta de apresentação contendo preferencialmente o índice dos documentos apresentados, assinada pelo responsável da proponente;

C – Certificado de Registro Cadastral de Fornecedores, expedido pela Prefeitura Municipal de Carpina, que substitui os documentos relativos à qualificação jurídica.

D - Alvará de Licença e Funcionamento emitido pelo município sede da licitante.

5.2.1 – Os documentos relativos à qualificação jurídica deverão ter dentre seus objetivos sociais as atividades típicas e exclusivas da propaganda e como tal definidas na Lei 4.680/65, no seu Decreto Regulamentador Nº 57.690/66.

DOCUMENTAÇÃO RELATIVA À REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA



5.3 - DOCUMENTO D-3

Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ, do Ministério da Fazenda.

5.4 - DOCUMENTO D-4

Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual ou Municipal, se houver relativo ao domicílio ou sede da empresa, pertinente a seu ramo da atividade e compatível com o objeto da Licitação.

5.5 - DOCUMENTO D-5

Prova de Regularidade para com a Fazenda Federal, Estadual e Municipal, apresentada conforme abaixo:

- Fazenda Federal: "Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União", emitida pela Secretaria da Receita Federal ou pela Procuradoria Geral da Fazenda Nacional;
- Fazenda Estadual: "Certidão de Regularidade Fiscal ou equivalente emitida pela Secretaria de Estado da Fazenda";
- Fazenda Municipal: "Certidão Negativa de Débito ou equivalente emitida pelo município sede ou domicílio da licitante".

5.6 – DOCUMENTOS D-6

5.7 - DOCUMENTO D-7

Prova de regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei.

5.8 – DOCUMENTO D-8

Prova de Regularidade relativa aos débitos trabalhistas, através da Certidão Negativa de Débitos Trabalhista – CNDT, emitida pela Justiça do Trabalho.

DOCUMENTAÇÃO RELATIVA À QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

5.9 - DOCUMENTO D-9

Balço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da Lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios.

5.9.1 - As empresas recém constituídas que não completaram um exercício financeiro deverão apresentar Balço de constituição, assinado por profissional legalmente habilitado e apresentado na forma da lei.

5.9.2 - O balço patrimonial e as demonstrações contábeis, se encerrados há mais de três meses da data da apresentação da proposta, poderão ser atualizados por índices oficiais entre a data de encerramento do balço e a data de apresentação da proposta.

5.9.3 - Considerar-se-á comprovada a boa situação financeira da Empresa Licitante, desde que a mesma apresente o Índice de Liquidez Corrente (ILC) maior ou igual a 1,0 obtido pela aplicação da seguinte fórmula:

$$\text{ILC} = \text{AC} : \text{PC}$$

ONDE:

ILC = Índice de Liquidez Corrente



AC = Ativo Circulante

PC = Passivo Circulante

5.9 - DOCUMENTO D-9

Comprovação do licitante de que o Capital da Empresa é igual ou superior a **10% do valor** da contratação dos serviços objeto desta Licitação até a data de abertura da Licitação, através da apresentação de cópia autenticada do Contrato Social ou última Alteração Contratual consolidada devidamente registrada na Junta Comercial ou no Cartório de Pessoas Jurídicas, conforme o caso.

5.10 - DOCUMENTO D-10

Cópia da Certidão Negativa de Falência ou Concordata expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica há menos de 60 dias (sessenta) da data para a apresentação da documentação, exceto quando dela constar o prazo de validade.

Além da Certidão Negativa de Falência prevista no item precedente, que versa sobre os processos físicos, também exigirse-á, sob pena de inabilitação, as Certidões de Falência e Concordata para os processos eletrônicos de primeiro e segundo graus.

5.11 – DOCUMENTO D- 11

A licitante deverá apresentar expressamente declaração de que: não está impedida de contratar a Administração Pública, Direta e Indireta; que não foi declarada inidônea pelo Poder Público, de nenhuma esfera; que não existe fato impeditivo da habilitação; que não possui proprietários titular de mandato eletivo e que não emprega trabalhador nas situações previstas no inciso XXXIII, do art. 7º da Constituição, conforme modelo constante do Anexo VI deste Edital.

DOCUMENTOS PARA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:

5.12- DOCUMENTOS D– 13

Certificado de Capacidade Técnica fornecido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – Cenp, que comprovem as condições técnicas e funcionais das Agências de Propaganda para atender o objeto da licitação.

5.13 - Os documentos jurídico-fiscais e econômico-financeiros que dependem de prazo de validade, e que não o contenha especificado em seu corpo, em Lei ou neste Edital, somente serão considerados aceitáveis se expedidos, no máximo, até 60 (sessenta) dias anteriores à data de assinatura do Contrato.

6 - DA PROPOSTA TÉCNICA

A Proposta Técnica deverá ser apresentada nos Envelopes “01”, “02” e “03” na forma prevista no item 04 e subitens e deverá atender os requisitos abaixo:

6.1. – PLANO DE COMUNICAÇÃO NÃO IDENTIFICADO / APÓCRIFO - ENVELOPE “01”

6.1.1. - Para efeito de avaliação a licitante deverá apresentar os conteúdos publicitários e a criação dos projetos gráficos para as 05 (cinco) peças escolhidas como exemplos para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação e o desenvolvimento da estratégia de distribuição para todas as peças de comunicação pré-definidas pela Prefeitura para a difusão do potencial turístico do município de Carpina-PE.

6.1.2 O “Plano de Comunicação Não Identificado / Apócrifo” deverá ser apresentado em envelope que NÃO IDENTIFIQUE A LICITANTE, nem mesmo em seu conteúdo, na forma do item 04 e seus subitens, deste Edital, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, utilizando fonte “Arial” tamanho 12 (doze). As peças que integram o referido



“Plano de Comunicação” deverão estar acondicionadas em embalagens adequadas às características do Envelope “01”, desde que invioláveis, quanto às informações de que tratam, até a abertura do correspondente envelope.

6.1.3 O PLANO DE COMUNICAÇÃO desenvolvido pela licitante deverá compreender os seguintes quesitos:

I - RACIOCÍNIO BÁSICO: texto em que a licitante demonstrará o seu conhecimento geral sobre a Entidade em questão (diagnóstico e interpretação dos desafios e problemas de comunicação, considerações sobre o público alvo e premissas básicas para o desenvolvimento da estratégia de comunicação), além do seu entendimento sobre as características da Prefeitura de Carpina com a finalidade específica de expandir a visibilidade no município e incrementar o crescimento do município.

II – ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA: Derivado diretamente das considerações já apresentadas no item anterior, a licitante deverá apresentar as linhas gerais de sua proposta para suprir os desafios - gerais e específicos - de comunicação e alcançar os objetivos de comunicação relacionados, compreendendo também:

- Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária para a questão específica, bem como seus desdobramentos;
- Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

III - IDEIA CRIATIVA:

A) TEXTO POR MEIO DO QUAL A LICITANTE DEVERÁ APRESENTAR 05 (CINCO) PEÇAS COMO EXEMPLOS PARA CORPORIFICAR OBJETIVAMENTE SUA PROPOSTA DE SOLUÇÃO DO DESAFIO DE COMUNICAÇÃO ESPECÍFICO, OS QUAIS DEVERÃO OBSERVAR AS SEGUINTE ORIENTAÇÕES:

- SER APRESENTADOS SOB A FORMA ROTEIRO, LAYOUT OU STORYBOARD IMPRESSOS PARA QUALQUER MEIO;
- LIMITAR-SE, SOB PENA DE DESCLASSIFICAÇÃO, A 05 (CINCO) EXEMPLOS, INDEPENDENTEMENTE DO MEIO DE DIVULGAÇÃO, DO TIPO OU CARACTERÍSTICA DA PEÇA E OU MATERIAL.
- *A LICITANTE DEVERÁ EXPLICITAR AS FUNÇÕES TÁTICAS DAS 5 (CINCO) PEÇAS APRESENTADAS E O QUE DELAS SE PODE ESPERAR.
- CADA EXEMPLO DE PEÇA E OU MATERIAL DEVERÁ TRAZER INDICAÇÃO SUCINTA (EXEMPLOS: “FOLDER”, “AGENDA”, “JINGLE”).
- OS EXEMPLOS DE PEÇAS E OU MATERIAL DEVEM TER FORMATOS COMPATÍVEIS COM SUAS CARACTERÍSTICAS E SE ADEQUAREM ÀS DIMENSÕES DO INVÓLUCRO Nº 01, NÃO PODENDO ESTAR DANIFICADO OU DEFORMADO PELAS PEÇAS, MATERIAL E/OU DEMAIS DOCUMENTOS NELE ACONDICIONADOS, DE MODO A POSSIBILITAR A IDENTIFICAÇÃO DA LICITANTE.
- PEÇAS QUE NÃO SE AJUSTEM ÀS DIMENSÕES DO INVÓLUCRO Nº 01 PODERÃO SER DOBRADAS.
- AS PEÇAS GRÁFICAS PODERÃO SER IMPRESSAS EM TAMANHO REAL OU REDUZIDO – DESDE QUE NÃO PREJUDIQUE SUA LEITURA SEM LIMITAÇÃO DE CORES, COM OU SEM SUPORTE E OU PASSE-PARTOUT.

IV - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA - constituída de:

- a) Texto em que a licitante demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários em questão.
- b) Simulação do plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material constantes da relação pré-definida pela Prefeitura e constantes no convênio. Da simulação do plano de distribuição deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos
 - Período de distribuição das peças e ou material;
 - Quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
 - Valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
 - Valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;



- Quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
 - Valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;
- c) Na simulação do plano de distribuição de peças previstas na letra “b” do item acima, a verba de mídia deve ser composta a partir da tabela cheia dos veículos.

6.2 - DO PLANO DE COMUNICAÇÃO IDENTIFICADO – ENVELOPE “02”

O Envelope “02” deverá ser apresentado conforme item 4.1 letra “b” deste, com data e assinatura na última página e rubrica nas demais, nas mesmas dimensões do Envelope “01” contendo os mesmos quesitos acima, de igual teor e forma, mas sem as peças corporificadas relativas ao quesito Ideia Criativa.

6.3 - DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – ENVELOPE “03”

A capacidade de atendimento, o repertório e os relatos de soluções de problemas de comunicação deverão ser apresentados na forma do item 4.1 letra “c” deste Edital e serem redigidos em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras. A capacidade de atendimento e o repertório deverão ter suas páginas numeradas sequencialmente. Os relatos de soluções de problemas de comunicação deverão ter numeração específica.

6.3.1 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: será feita mediante a apresentação de Declaração contendo os seguintes dados:

I - 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.

II - a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento;

III - as instalações e instrumentais técnicos disponíveis para a execução do contrato;

IV - a sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridos pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

6.3.2 REPERTÓRIO: apresentação de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados / expostos pela licitante, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver e que comprove a experiência da licitante na prestação de serviços de comunicação em prefeituras municipais e/ou em órgãos públicos, devendo se apresentar da seguinte forma:

I - Cada peça deverá conter ficha técnica com cliente, título, período de veiculação e praça de exibição.

II - Os vídeos, spots e/ou Jingles devem ser fornecidos em DVD ou Pen Drives, as peças de internet e as peças gráficas devem ser impressas podendo ser apresentadas em proporções reduzidas desde que preservem suas proporções originais e sua leitura.

III - As peças apresentadas não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela entidade promotora desta licitação.



IV – A licitante deverá apresentar: até 02 (dois) vídeos de natureza institucional e/ou promocional, até 02 (dois) spots e/ou jingles para rádio, um conjunto de até 03 (três) peças destinadas à mídia impressa e/ou destinadas à internet.

6.3.3 RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO: deverão ser apresentados até dois “cases” de comunicação, formalmente referendados pelos respectivos clientes. Os relatos apresentados não podem referir-se a soluções de problemas da entidade promotora desta licitação.

6.3.4 As peças que integram o item 6.3.2 devem ser adaptadas às dimensões do envelope de nº 03, desde que inviolável, quanto às informações de que tratam, até a abertura do mesmo.

6.3.5 A critério da Prefeitura, as campanhas publicitárias da Proposta vencedora poderão ou não vir a ser produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

7 - DA PROPOSTA DE PREÇOS – ENVELOPE “04”

7.1. A “Proposta de Preços” deverá conter os seguintes documentos, assinados por quem detenha poderes para representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificados e conforme item 4.1 letra “d”:

7.1.1. - PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO, devendo ser preenchida apenas com as informações constantes do Anexo III.

7.1.2. - DECLARAÇÃO NA QUAL A LICITANTE ESTABELECE OS PERCENTUAIS MÁXIMOS PAGOS PELA PREFEITURA:

I - A atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser repactuado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos;

II - Aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas a peças, sobre o valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser repactuado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

7.1.3. - DECLARAÇÕES RELATIVAS À QUESTÃO DOS DIREITOS AUTORAIS, estabelecendo:

I - A cessão, total e definitiva, dos direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.

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

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

a) Que serão entregues à Prefeitura uma cópia finalizada em CD e/ou DVD, de todo material produzido;



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

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

d) O compromisso de sempre negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes das declarações referidas nos itens I e II do subitem 7.1.2. e 7.1.3, para os direitos de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da Prefeitura.

7.2. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma exceção, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

7.3. A “Proposta de Preços” deverá conter declaração do prazo de validade, que não poderá ser inferior a 60 (sessenta) dias corridos, a contar da data de sua apresentação.

7.4. A prestação de informações inverídicas ensejara a desclassificação automática da proposta.

7.5. É facultado à Comissão, durante a fase de julgamento das propostas, o direito de solicitar esclarecimentos adicionais, bem como promover diligências a fim de assegurar o fiel cumprimento das condições propostas.

8 – DOS CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

8.1- As Propostas Técnicas das licitantes habilitadas serão examinadas pela Subcomissão Técnica, que NÃO PODERÁ participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes 01 e 03, de caráter público, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos.

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

8.2.1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO

I - Raciocínio Básico: texto em que a licitante demonstrará o seu conhecimento geral sobre a Entidade em questão (diagnóstico e interpretação dos desafios e problemas de comunicação, considerações sobre o público alvo e premissas básicas para o desenvolvimento da estratégia de comunicação), além do seu entendimento sobre as características da Prefeitura de Carpina com a finalidade específica de expandir a visibilidade no município e incrementar o crescimento do município.

II – Estratégia de Comunicação Publicitária: Derivado diretamente das considerações já apresentadas no item anterior, a licitante deverá apresentar as linhas gerais de sua proposta para suprir os desafios - gerais e específicos - de comunicação e alcançar os objetivos de comunicação relacionados, compreendendo também:

a) Explicação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária para a questão específica, bem como seus desdobramentos;

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



- c) A adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas da Prefeitura Municipal e a sua comunicação, conforme definições do Anexo IV;
- d) A consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- e) A riqueza de desdobramentos positivos dos conceitos para a comunicação da Prefeitura com seus públicos.

III - Ideia Criativa

- a) Sua adequação ao problema específico de comunicação da Prefeitura;
- b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) Sua pertinência às atividades da Prefeitura e à sua inserção na sociedade;
- g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) A exequibilidade das peças;
- i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos dos públicos prioritários da Prefeitura de Carpina;
- b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças;
- d) A economicidade da aplicação da verba de mídia evidenciada no plano simulado de distribuição das peças;
- e) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa no plano simulado de distribuição das peças.

8.2.2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

- I - A adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros técnicos;
- II - A adequação das instalações e do instrumental técnico, disponíveis para a execução do contrato durante a execução do contrato e a qualificação dos profissionais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- III - A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas e controle de mídia que serão colocadas regularmente à disposição da Prefeitura, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato;
- IV - A operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal e a Licitante, esquematizado na proposta.

8.2.3 – REPERTÓRIO

- I - A ideia criativa e sua pertinência;
- II - A clareza da exposição do problema publicitário;
- III - Qualidade da execução do acabamento.

8.2.4 – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

- I - Concatenação lógica da exposição;
- II - Evidência de planejamento publicitário;
- III - Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- IV - Relevância dos resultados apresentados.

8.3.1 - A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão Técnica concedida à Proposta Técnica.



8.3.2 - A nota de cada Licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

8.3.2.1 - Se, na avaliação de um quesito ou subquesito, a diferença entre a maior e a menor pontuação for maior que 20% da pontuação máxima do quesito ou subquesito, será aberta discussão entre todos os membros da Subcomissão Técnica para apresentação, por seus autores, das justificativas das pontuações “destoantes”. Caso as argumentações não sejam suficientes ao convencimento dos membros da Subcomissão Técnica, os autores reavaliarão suas pontuações.

8.3.2.1.1 Caso os autores das pontuações destoantes não adotem novas pontuações, deverão registrar suas justificativas por escrito em ata, a qual deverá ser assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica e passará a compor o processo da licitação.

8.4 - Será desclassificada a Proposta que:

- I - Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- II - Não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- III - Obter nota 0 (zero) em qualquer dos quesitos a que se referem o item 8;
- IV - Que incidir nas disposições no art. 48, da Lei nº 8.666/93.

8.5 - Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 8.2.1 à 8.2.3.

8.6 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

8.7 - As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, constituída por, pelo menos, 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

8.8. – A escolha dos membros da Subcomissão Técnica deu-se por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que teve, no mínimo, o dobro do número de integrantes da subcomissão (Art. 10, § 3º da Lei 12.232/2010) previamente cadastrados, e composta, por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

8.9 - A relação dos nomes referidos nos §§ 2º e 3º do artigo 10º da Lei 12.232/2010 foi publicada na imprensa oficial e/ou por meio comprovado de ampla e comprovada divulgação, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que foi realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

8.10 - Para os fins do cumprimento do disposto na referida Lei, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderia impugnar pessoa integrante da relação a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º do artigo 10º da Lei 12.232, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

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

8.12 - A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicaria, se necessário, na elaboração e na publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste artigo.

8.13 - A sessão pública foi realizada após o cumprimento de todas as fases em data divulgada na Imprensa Oficial, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no § 4º do artigo 10º da lei 12.232/2010 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.



8.14 - O sorteio foi processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o órgão ou entidade responsável pela licitação, nos termos dos §§ 1o, 2o e 3o do artigo 10º da Lei 12.232/2010.

8.15 - Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento das Propostas Técnicas, a Licitante que obtiver a maior pontuação na soma das notas dos quesitos.

8.16 - Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a Licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos itens 8.2.1, 8.2.3. e 8.2.2.

8.17 - Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão Permanente, cuja data será divulgada na imprensa oficial e/ou outro de ampla e comprovada divulgação.

8.18 - A Comissão de Licitação divulgará o resultado da avaliação das Propostas Técnicas via fax-símile ou outro meio de comunicação inequívoca, abrindo-se o prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recursos.

8.19 - Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido sua desistência ou, ainda, tendo sido, julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da próxima sessão, para abertura do Envelope "04" - "Propostas de Preços".

9 – DA PROPOSTA DE PREÇOS

9.1 - As Propostas de Preços das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

10 - DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

10.1 - A avaliação das PROPOSTAS DE PREÇO das classificadas tecnicamente se fará com atribuição de um máximo de 100 (cem) pontos, obtido conforme a seguir:

a) 100 (cem) pontos a proposta que oferecer maior percentual de desconto, incidente sobre os custos internos de produção da agência, apurados em relação aos previstos na "Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco", deferindo-se pontos proporcionais às restantes, conforme fórmula a seguir:

$$P = \frac{100 \times \text{VNPDP}}{\text{VNMPDP}} = \text{onde:}$$

P = Pontuação

VNPDP = Valor Numérico do Percentual de Desconto Proposto.

VNMPDP = Valor Numérico do Maior Percentual de Desconto Proposto.

10.2. Serão desclassificadas as propostas que:

10.2.1. Não atenderem as disposições contidas neste Edital;

10.2.2. Apresentarem valor simbólico, irrisório ou valor 0 (zero), ou incompatíveis com os preços de mercado, observado no disposto no § 3º do art. 44 da Lei nº 8.666/93.

10.2.3. Serão desclassificadas licitantes que apresentarem percentual de desconto superior a 30% (trinta por cento) sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco.



11 – DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

11.1 - Serão realizadas reuniões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação em vigor.

11.1.1 - A Comissão Permanente de Licitação receberá os 04 (quatro) envelopes integrantes das: “Proposta Técnica” e “Proposta de Preços” por meio do representante legal de cada licitante, portando seu documento de identidade juntamente com o credenciamento, colhendo suas assinaturas na lista de presença.

11.2 – Depois de recebidos todos os envelopes de todas as licitantes, eles serão rubricados pelos membros da Comissão e pelos Licitantes, ou Comissão por eles nomeada. A Comissão Permanente de Licitação apresentará então o Envelope nº 01, aos representantes das Licitantes, facultando-se aos mesmos o seu exame externo, afim de que observem se existe algo que identifique a empresa licitante, se presente, a Comissão não receberá os demais envelopes da licitante identificada, registrando-se em ata as anotações por acaso existentes.

11.3 – Feito isto, será cumprida a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e;
- b) abrir o Envelope nº 01, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada e realocados ao respectivo envelope;
- c) abrir o Envelope nº 03, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada e realocados ao respectivo envelope;
- d) informar data, hora e local da próxima reunião pública.
- e) Os invólucros padronizados com a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária só serão abertos pela Comissão Permanente de licitação se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.
 - e.1) A Comissão Permanente de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.
 - e.2) Encerrada a reunião, a Comissão Permanente de Licitação repassará à Subcomissão Técnica, os Envelope nº 01 e nº 03 e seus conteúdos, a quem caberá:
 - e.2.1) análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso VI do art. 6º da Lei 12.232/2010;
 - e.2.2) - elaboração do relatório de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária e encaminhamento à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
 - e.2.3) análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o art. 8º da Lei 12.232/2010, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório.



11.4 - Realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

- a) abertura dos Envelopes nº 02, com a via identificada do plano de comunicação publicitária;
- b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;
- c) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;
- d) proclamação do resultado do julgamento da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação.

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

11.6 – Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local para a abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, em sessão pública, obedecendo-se ao disposto no § 2º do art. 46 da Lei 8.666/93;

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

11.8 - Convocação dos licitantes classificados no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação;

11.9 - Recebimento e abertura do invólucro com os documentos de habilitação dos licitantes previstos no inciso XI, parágrafo quarto do artigo 11 da Lei 12.232/2010, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório;

11.10 - Decisão quanto à habilitação ou inabilitação dos licitantes previstos no inciso XI deste artigo e abertura do prazo para interposição de recurso, nos termos da alínea a do inciso I do art. 109 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993;

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

Art. 12. O descumprimento, por parte de agente do órgão ou entidade responsável pela licitação, dos dispositivos da Lei 12.232/2010 destinados a garantir o julgamento do plano de comunicação publicitária sem o conhecimento de sua autoria, até a abertura dos invólucros de que trata a alínea a do inciso VII do § 4º do art. 11 da Lei retro citada, implicará a anulação do certame, sem prejuízo da apuração de eventual responsabilidade administrativa, civil ou criminal dos envolvidos na irregularidade.

12 - DA CLASSIFICAÇÃO

12.1 - O julgamento obedecerá ao critério de Técnica e Preço, nos termos do § 1º, inciso III, do art. 45, da Lei n. 8.666/93, combinado com o § 1º, Inciso I e § 2º, Inciso I, e II, do art. 46 da mesma Lei.

12.2 - A classificação das Licitantes far-se-á de acordo com a média ponderada das valorizações das PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇO, cujo cálculo da Nota Final (NF) obedecerá a seguinte fórmula:



$NF = \frac{(NPT \times 8,0) + (NPP \times 2,0)}{10}$ onde:

NF = Nota Final.

NPT = Nota da Proposta Técnica.

NPP = Nota da Proposta de Preços.

12.3 - A classificação das Licitantes far-se-á em ordem decrescente das Notas Finais, sendo declarada vencedora a Empresa que obtiver maior Nota Final.

12.4 - Serão desclassificadas as Propostas que não atenderem as condições estipuladas no art. 48, da Lei No 8.666/93.

12.5 - O critério de desempate nesta Licitação será feito conforme previsto no § 2º, do art. 45, da Lei Nº 8.666/93 e dar-se-á por sorteio, em ato público, para o qual serão convocados todos os concorrentes.

12.6 – A Comissão Permanente de Licitação deverá comunicar o resultado por qualquer meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da informação pelas licitantes.

12.7 - Do resultado, caberão recursos fundamentados, dirigidos à Comissão de Licitação, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados da comunicação.

12.8 – Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgado os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para apresentação do Envelope 05, na data, horário e local designados, sob pena de desclassificação se não o fizerem.

12.9 – No local, data, e horário estabelecidos, a Comissão Permanente de Licitação, em sessão pública, receberá os Envelopes de nº 05 e os abrirá para análise de sua conformidade com as condições estabelecidas neste edital.

12.10 – Se os Documentos de Habilitação da licitante classificada em primeiro lugar no julgamento final atenderem quanto ao exigido, ela será declarada habilitada e, em decorrência, vencedora da licitação.

12.11 – Caso a primeira classificada no julgamento final seja inabilitada, serão abertos sucessivamente, os Envelopes de nº 05 das demais licitantes classificadas, por ordem de classificação, até encontrar aquela que tenha os Documentos de Habilitação satisfatórios e que atendam ao exigido, que será então, declarada vencedora do certame.

12.12 – A decisão quanto à habilitação ou inabilitação das licitantes deverá ser publicada, abrindo-se prazo para interposição de recurso nos termos do artigo 11, inciso XIII da lei 12.232/2010.

12.13 – Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o procedimento será homologado e adjudicado o objeto licitado à licitante vencedora, conforme estabelecido no artigo 11, inciso XIV da lei 12.232/2010.

13 - DA ADJUDICAÇÃO

13.1 - Os serviços de publicidade, objeto da presente Licitação, serão adjudicados à primeira classificada.

13.2 - A Adjudicatária será notificada para no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados da data do recebimento da Notificação, para apresentar a documentação legal e assinar o Contrato.

13.2.1 - Este prazo, a requerimento da Adjudicatária e a critério exclusivo da Prefeitura, por razões de interesse público, poderá ser prorrogado uma vez, por igual período.



13.3. - A Adjudicatária, não assinando o Contrato, nem apresentando relevantes razões para não o fazer, sujeitar-se-á às sanções previstas nos artigos. 81 e 86 a 88 da Lei No 8.666/93, e no subitem 20.1.2 alínea "d" deste Edital, assegurada a ampla defesa.

13.4 – Fica facultado à Administração Municipal, quando o convocado não assinar o termo de contrato ou não aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo e condições estabelecidos, convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pelo primeiro classificado, inclusive quanto aos preços atualizados de conformidade com o ato convocatório, ou revogar a licitação independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei n. 8.666/93.

14 - DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

14.1 - Das decisões da Comissão Permanente de Licitação cabe recurso administrativo no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados da data da publicação ou da ciência do ato.

14.2 - Os recursos serão interpostos de acordo com os procedimentos previstos no artigo 109, e parágrafos, da Lei Nº 8.666/93, mediante protocolo na Comissão de Licitação, nos seguintes casos:

A - Julgamento das propostas;

B - Anulação ou revogação da Licitação;

C - Habilitação ou inabilitação do licitante.

14.3 - O recurso será dirigido à autoridade superior por intermédio da que praticou o ato. Esta, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, poderá retratar-se ou encaminhar o recurso à autoridade competente com as devidas justificações. A autoridade julgará o recurso no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados da data do recebimento.

15 - DO CONTRATO

15.1 - O Contrato obedecerá ao modelo constante no Anexo V deste Edital.

15.2 - Farão parte integrante do Contrato, independentemente de transcrição o Edital de Licitação e seus anexos.

15.3 - A Prefeitura do Município de Carpina poderá proceder a alterações contratuais nas condições previstas nos artigos. 58 e 65 da Lei No 8.666/93.

15.4 - Todas as Ordens de Serviço, notificações e entendimentos entre a Prefeitura e a Contratada serão feitos por escrito nas ocasiões devidas, não sendo aceitas quaisquer considerações verbais.

15.5 - O Contrato terá a vigência de 06 (seis) meses, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos de acordo com o art. 57, II, da Lei 8666/93.

15.6 – São de exclusiva responsabilidade da Contratada os encargos sociais, trabalhistas, fiscais, comerciais e previdenciários, decorrentes da execução dos serviços, os quais não poderão na hipótese de inadimplência do contrato, serem transferidos à responsabilidade da Prefeitura Municipal de Carpina.

16 - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

16.1 - Responder pela correção e qualidade dos serviços, ainda que autorizada sua execução por terceiros, observadas as normas éticas e técnicas aplicáveis;



- 16.2 - Submeter à Prefeitura os trabalhos a serem executados com os respectivos custos, para autorização e aprovação;
- 16.3 - Apresentar plano de avaliação dos resultados, planejamento de mídia e definição do impacto total desejado e de frequência de veiculação necessária de cada campanha;
- 16.4 - Indicar, por escrito, um representante para em seu nome coordenar a execução dos serviços, com poderes para deliberar sobre todas as questões relacionadas com o presente Contrato;
- 16.5 - Alocar os recursos materiais e humanos necessários à execução dos serviços, assumindo integral e exclusiva responsabilidade sobre todos e quaisquer ônus trabalhistas e previdenciários;
- 16.6 - Responsabilizar-se por qualquer infração ao direito de uso de ideias, métodos ou processos legalmente protegidos, respondendo por eventuais indenizações;
- 16.7 - Responder por eventuais danos causados à Contratante e a terceiros, decorrentes de culpa ou dolo de seus prepostos na execução de serviços contratados, cumprindo-lhe, quando envolvidos terceiros, promover em seu próprio nome e às suas expensas as medidas jurídicas ou extrajudiciais necessárias;
- 16.8 - Transferir para a Contratante os direitos autorais relativos aos produtos de comunicação e outros abrangidos pelo objeto do presente Contrato, inclusive as peças publicitárias, respeitando a legislação pertinente;
- 16.9 - Responsabilizar-se pelas despesas decorrentes dos encargos sociais, previdenciários, tributários, referentes ao pessoal responsável pela execução dos serviços, despesas com deslocamentos, equipamentos e quaisquer outras que incidam sobre o objeto do contrato, que não constem do preço proposto.
- 16.10 - Responsabilizar-se pela execução dos serviços objeto da Licitação, sob a supervisão e coordenação da Prefeitura Municipal de Carpina.
- 16.11 - Não será permitido dar em garantia ou vincular, de qualquer forma, total ou parcialmente, o objeto contratado a qualquer pessoa física ou jurídica sem a prévia e expressa autorização da Prefeitura Municipal.
- 16.12 - Adquirir bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, somente através de pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas junto à CONTRATANTE.
- 16.13 – Na aquisição de bens ou serviços citados no item anterior, proceder à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, salvo quando o fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993.
- 16.14 - Para bens e serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea “a” do inciso II do art. 23 da Lei 8666, de 21 de junho de 1993, a contratação deverá seguir as seguintes regras:
- a) A CONTRATADA deverá efetuar estimativa de preços para todos os serviços realizados por terceiros, submetendo ao CONTRATANTE, no mínimo, 03 (três) propostas detalhadas, com a indicação da mais adequada à sua execução;
- b) A estimativa de preços deverá ser efetuada com fornecedores cadastrados na Prefeitura Municipal de Carpina, entre outras empresas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;



- c) As propostas devem ser apresentadas no original, em papel timbrado, com a indicação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados), bem como a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável;
- d) Juntamente com as propostas deverão ser apresentados comprovantes de regularidade fiscal e previdenciária das empresas;
- e) Na impossibilidade de obtenção de três orçamentos, deverá ser apresentada justificativa, por escrito, que será submetida à aprovação da CONTRATANTE;
- f) Recebidas às propostas, será realizada aferição da compatibilidade dos preços orçados com aqueles praticados pelo mercado;
- g) A CONTRATADA responsabilizar-se-á por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração da estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos pelo CONTRATANTE.
- h) Deverão ser submetidos à aprovação prévia do CONTRATANTE todo e qualquer custo que ultrapasse o orçamento aprovado.

16.16 – Para bens e serviços cujo valor seja superior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea “a” do inciso II do art. 23 da Lei 8666, de 21 de junho de 1993, a CONTRATADA observará às alíneas “b” a “h” do item anterior, e procederá a coleta dos orçamentos em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública convocada e realizada sob a fiscalização da CONTRATANTE.

16.17 – Apresentar a CONTRATANTE os custos e as despesas de veiculação para pagamento devidamente acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

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

16.19 – Em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados. A infração ao disposto neste item implicará na aplicação das sanções previstas no *caput* do artigo 87 da Lei 8.666/93.

17 - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

17.1 - Compete à Assessoria de Comunicação da Prefeitura expedir as autorizações de serviços à Contratada, receber, conferir e atestar as Notas Fiscais / Faturas referentes aos serviços prestados e encaminhá-los ao setor competente da Prefeitura para fins de pagamento, cumprindo as formalidades legais e contratuais.

17.2 - Para fins de interpretação da legislação de regência, valores correspondentes ao desconto-padrão de agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da agência de publicidade e, em consequência, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do desconto padrão à agência de publicidade for efetivado por meio de veículo de divulgação.



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

18 - DO GERENCIAMENTO DO CONTRATO

18.1 - À Assessoria de Comunicação caberá acompanhar, fiscalizar, receber e atestar a qualidade dos serviços executados pela Contratada.

18.2 - A Assessoria de Comunicação do município fará avaliação permanente da Contratada a cada trabalho concluído, antes da autorização para execução de novo serviço.

18.3 - A operacionalização dos serviços por parte da contratada sujeitar-se-á às seguintes condições:

a - Recebimento de Ordem de Serviço específica, emitida pela Assessoria de Comunicação do município, com base na solicitação do Órgão ou Entidade da Administração;

b - O custo de serviços de criação e arte, além de outros dependerá de avaliação prévia e de aprovação pela Assessoria de Comunicação, em conformidade com a "Tabela do Sindicato de Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco" e a proposta da Contratada;

b.1 - O custo dos serviços de veiculação e aqueles não previstos na Tabela do Sindicato estarão sujeitos à avaliação prévia e aprovação da Assessoria de Comunicação, após comprovação de que o mesmo está de acordo com os preços praticados no mercado.

c - A Assessoria de Comunicação poderá manter serviço de aferição de custos para avaliar os preços praticados.

19 - DO RECEBIMENTO DOS TRABALHOS

19.1 - Os projetos ou atividades concluídos serão recebidos pela Assessoria de Comunicação, juntamente com o Órgão ou Entidade da Administração para a qual foi prestado o serviço, ficando a Contratada responsável por qualquer ajuste que se fizer necessário aos trabalhos.

19.2 - O objeto do Contrato será recebido nos termos do Inciso I, alínea b, do art. 73 da Lei Nº 8.666/93.

20 - DA RESCISÃO DO CONTRATO

20.1 - Poderá ocorrer a rescisão do Contrato, a ser celebrado em virtude do resultado da presente Licitação, nos termos dos Artigos 77 a 80 da Lei No 8.666/93.

20.2 - Configurada a rescisão do Contrato, que vigorará a partir da data de sua comunicação à Contratada, esta se obriga expressamente, a entregar os serviços inteiramente desembaraçados, não criando obstáculos de qualquer natureza.

20.3 - Havendo rescisão do Contrato, a Prefeitura pagará à Contratada os trabalhos efetivamente realizados e aceitos pela Assessoria de Comunicação deduzindo do seu valor, os débitos apurados a favor da Prefeitura.

21 - DAS SANÇÕES EM CASO DE INADIMPLENTO

21.1 - Em caso de descumprimento das obrigações contraídas neste instrumento, a Contratada ficará sujeita às penalidades previstas nas Seções I e II, do Capítulo IV, da Lei Nº 8.666/93, artigos. 81 e 86 a 88, a critério da autoridade competente, na seguinte forma:



21.1.1 - Advertência;

21.1.2 - Multa, nas seguintes condições:

a) 0,05% (cinco centésimos por cento) calculada sobre o valor total do Contrato, incluindo-se os aditamentos, por dia que exceder a data de conclusão de cada etapa dos serviços conforme previsto na Ordem de Serviço específica;

b) 5,0% (cinco por cento) calculada sobre o valor total do Contrato, incluídos os aditamentos, no caso de desobediência de ordens escritas ou infringências de qualquer cláusula ou condição contratual para a qual não esteja prevista multa especial ou, ainda, no caso de reincidência de atraso especificado na alínea anterior;

c) 5,0% (cinco por cento) calculada sobre o valor total do Contrato, incluídos os aditamentos, na hipótese da sua rescisão por motivo imputado à Contratada;

d) 5,0% (cinco por cento) calculada sobre o valor total do Contrato, na hipótese da recusa injustificada em assinar o contrato;

21.1.3 - Suspensão temporária do direito de licitar e contratar com a Prefeitura por prazo não superior a 02 (dois) anos;

21.1.4 - Declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública;

21.2 - Em qualquer caso, garantir-se-á à Contratada a ampla defesa.

22 - DO PAGAMENTO

22.1 - A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos da minuta do contrato, consoante às condições estabelecidas em sua Proposta de Preços.

22.2 - O pagamento somente será liberado mediante a apresentação pela Contratada da respectiva Fatura e Nota Fiscal e comprovação de sua regular situação fiscal.

23 - DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

23.1 - A Comissão Permanente de Licitação, com base no § 3º do art. 43, da Lei 8.666/93, poderá determinar diligência, sempre que necessária destinada a complementar a instrução do processo.

23.2 - Decairá do direito de impugnar os termos do Edital perante a Administração, o licitante que não o fizer até o 2º (segundo) dia útil que anteceder a data de abertura da Licitação;

23.3 - Não caberá ao Licitante qualquer indenização, por eventual insucesso na Licitação;

23.4 - A execução do objeto da Licitação será detalhada em Ordens de Serviços específicas, tendo a Contratada obrigação de manter a Assessoria de Comunicação informada de todos os dados referentes aos serviços em execução e já executados;

23.5 - O Licitante vencedor deverá, antes da assinatura do Contrato, apresentar as certidões relativas à sua regularidade fiscal, com validade na mesma data, em original e mais uma cópia autenticada para constar do processo;

23.6 - Constatada qualquer inveracidade nas informações prestadas pela Licitante, serão aplicadas as penalidades legais;



23.7 - Os casos omissos e não previstos neste Edital, serão resolvidos pela Comissão Permanente de Licitação designada para o acompanhamento deste certame.

23.8 - A Prefeitura Municipal, sempre mediante despacho escrito e devidamente fundamentado, deverá anular a presente Licitação por ilegalidade e, desde que fundada razão de interesse público, poderá:

23.8.1 - Adiar a abertura das propostas, dando conhecimento aos interessados por informação inequívoca, com a antecedência de, no mínimo 24 (vinte e quatro) horas da data inicialmente marcada.

23.8.2 - Revogar, no todo em parte, a presente Licitação com base em fato superveniente devidamente comprovado, disto dando ciência aos interessados, mediante informação inequívoca.

23.8.3 - Alterar, até a data da sessão pública de recebimento dos envelopes, as condições deste Edital, as especificações e qualquer documento pertinente a esta Licitação, desde que seja fixado novo prazo, não inferior a 45 (quarenta e cinco) dias para a abertura das propostas, a contar da publicação das alterações, salvo se estas, inquestionavelmente não afetarem a formulação das propostas.

23.9 - Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) Anexo I: Carta de Credenciamento;
- b) Anexo II: Modelo de Declaração de Aceitação das Condições
- c) Anexo III: Modelo de Proposta de Preços;
- d) Anexo IV: Briefing;
- e) Anexo V: Minuta do Contrato
- f) Anexo VI: Modelo de Declaração de Inexistência de Fatos Impeditivos;
- g) Anexo VII – Termo de Retirada do edital
- h) Anexo VIII: Projeto Básico
- i) Anexo IX: Minuta

Carpina (PE), 18 de julho de 2022.

SAMUEL HIGINO PEREIRA DE SOUSA
SECRETÁRIO MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO



ANEXO I

MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

_____, ____/____/006/2022

À
Comissão Permanente de Licitação
Prefeitura do Município de Carpina/PE
REF: CONCORRÊNCIA N° 006/2022
PROCESSO LICITATÓRIO N° 038/2022

Prezados Senhores:

Apresentamos o Senhorportador do documento de identidade nº.....e do CPF nº..... para representar esta Empresa na sessão de abertura dos envelopes de PROPOSTAS da Licitação na modalidade Concorrência N° 006/2022 – Processo Administrativo N° 038/2022 e demais reuniões destinadas à contratação de empresa especializada na prestação de serviços integrados de publicidade e propaganda destinados à criação, produção e veiculação de material promocional impresso e audiovisual para divulgação de pontos turísticos do município de Carpina, o qual está autorizado e apto a apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

Nome e assinatura de representante legal da empresa
Nome e endereço da empresa
CNPJ

OBSERVAÇÕES: Este modelo deverá ser copiado na forma e na íntegra, devidamente preenchido com as informações pertinentes e em papel timbrado da Empresa.



ANEXO II

MODELO DE DECLARAÇÃO DE ACEITAÇÃO DAS CONDIÇÕES DE LICITAÇÃO E SUBMISSÃO AS DISPOSIÇÕES LEGAIS

REF: CONCORRÊNCIA N° 006/2022
PROCESSO LICITATÓRIO N° 038/2022

Declaramos que estamos cientes e aceitamos todas as condições do Edital de Licitação na modalidade Concorrência N° 006/2022 – Processo Administrativo N° 038/2022, destinada à contratação de empresa especializada na prestação de serviços integrados de publicidade e propaganda destinados à criação, produção e veiculação de material promocional impresso e audiovisual para divulgação de pontos turísticos do município de Carpina e que nos submeteremos às disposições regulamentares e legais sobre a Licitação, especialmente o § 1º, do art. 37, da Constituição da República de 1988, a Lei no 8.666/93, a Lei 12.232/2010 e pelas normas que regem a atividade de Publicidade e Propaganda.

Declaramos, ainda, que nos responsabilizamos pela autenticidade e veracidade dos documentos e informações apresentados para a presente Licitação.

_____, ____/____/006/2022.

Nome e assinatura do representante legal da empresa
Nome e Endereço da Empresa
CNPJ

OBSERVAÇÃO: Este modelo deverá ser copiado na forma e na íntegra, devidamente preenchido com as informações pertinentes e em papel timbrado da empresa.



ANEXO III

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

_____, ____/____/006/2022

À Comissão Permanente de Licitação
Prefeitura Municipal de _____

REF: CONOCORRÊNCIA N° 006/2022
PROCESSO LICITATÓRIO N° 038/2022

Prezados Senhores,

Encaminhamos a V.Sas. nossa proposta para a prestação de serviços de publicidade à Administração Municipal de Carpina, objeto da Licitação na modalidade Concorrência N° 006/2022 – Processo Administrativo N° 038/2022, tipo Técnica e Preço.

OBJETO - Constitui-se objeto da presente licitação a contratação de empresa especializada na prestação de serviços integrados de publicidade e propaganda destinados à criação, produção e veiculação de material promocional impresso e audiovisual para divulgação de pontos turísticos do município de Carpina”.

1 - O percentual de desconto proposto é de _____% (_____), incidente sobre os custos internos de criação da Agência, apurados em relação à “Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco”.

2 - Os honorários (em percentual) a serem cobrados da Prefeitura Municipal de _____, incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada é de _____% (____).

3 - Declaração do licitante sobre o tratamento dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir:

3.1 -

3.2 -

3.3 -

4 – Declarações

4.1 - Declaramos que nos comprometemos a repassar à Prefeitura Municipal de _____ 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, 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.



GOVERNO DE
CARPINA
A FORÇA DO TRABALHO

4.3 - Declaramos que se reverterá à Prefeitura Municipal de _____ parcela do “desconto padrão de agência” a que fizemos 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 de Normas Padrão, com base no investimento bruto anual em mídia.

5 - O prazo de validade da Proposta é de _____ (_____) dias, contados a partir da data de entrega dos envelopes.

6 - Alíquota do Imposto Sobre Serviço de Qualquer Natureza praticada no município do domicílio do licitante, _____% (por extenso).

Nome e Assinatura do Representante Legal da Empresa
Endereço e CNPJ da Empresa

OBSERVAÇÃO: Este modelo deverá ser copiado na forma e na íntegra, devidamente preenchido com as informações pertinentes e em papel timbrado da empresa.



ANEXO IV

BRIEFING

REF: CONCORRÊNCIA Nº 006/2022
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 038/2022

1. CONCEITO

O termo publicidade institucional designa as campanhas publicitárias que anunciam conceitos agregados especificamente a uma empresa, marca ou instituição e não a um produto ou serviço específico. Quando aplicado à gestão pública, designa todas as ações de comunicação institucional de interesse maior da população, desde a prestação de contas às ações multidisciplinares do governo, envolvendo diretamente o poder executivo através das diversas secretarias.

2. DIRETRIZES DA COMUNICAÇÃO GOVERNAMENTAL

A comunicação governamental tem a responsabilidade de estabelecer um canal de informação e comunicação dos governantes com os cidadãos. Tem o objetivo de informar, educar e orientar a população para adotar comportamentos que lhes tragam benefícios sociais reais, visando melhorar a sua qualidade de vida.

A comunicação governamental também é uma forma legítima de uma gestão prestar contas e levar ao conhecimento da população seus atos, projetos, ações e políticas que realiza, considerando que toda e qualquer informação referente a instituições, serviços e contas públicas é um direito assegurado ao cidadão.

A instituição pública deve estar preparada para utilizar a comunicação a favor dos interesses coletivos e também para administrar de forma eficiente e inclusiva os interesses políticos, econômicos e sociais da população.

3. O MUNICÍPIO DE CARPINA

3.2 HISTÓRICO

À margem da estrada de rodagem, existia, até 1822, um tanoeiro de nome Martinho Francisco de Andrade Lima, a quem os almocreves chamavam o Carpina. Residia Martinho Francisco no planalto (chã), onde está a cidade de Carpina. Ficou assim conhecido o local por Chã do Carpina, por quantos por aí passavam, e, onde sempre faziam uma parada em uma pequena taverna nas imediações da tenda do tanoeiro. Nesse período, abre-se ao tráfego à linha de ferro para a cidade de Limoeiro, ficando Chã do Carpina como estação intermediária, tornando-se, pois, mais importante por servir de entroncamento, ao abrir-se o ramal de Nazaré. Em 1888, começa o lugar a se desenvolver com a construção de novas casas, para o que também concorreu a excelência do seu clima e salubridade. João Batista de Carvalho, um dos mais antigos moradores de Chã, teve a iniciativa, aliás, bastante combatida pelos demais habitantes de Chã de Carpina, de desapropriar roçados, com as moradias típicas (mocambos) de diversos terrenos, para a abertura da 1ª Praça de Carpina, onde está situada a Avenida Joaquim Nabuco, principal praça da cidade.

3.2. INFORMAÇÕES GERAIS

O município de Carpina está localizado na Zona da Mata Norte de Pernambuco. Fica a 45 km do Recife, capital do Estado. Possui 147,66 km² de área territorial e sua população estimada em 2016 era de 81.884 pessoas, segundo dados do IBGE. Feriados municipais: Festa de Reis, em 6 de janeiro, São José (Padroeiro da cidade), em 19 de março, e Emancipação política, em 11 de setembro. Gentílico: carpinense.



4. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

4.1 TAREFA DAS LICITANTES

Apresentar uma proposta de campanha publicitária original sobre o “Aniversário da cidade do Carpina - 94 Anos de emancipação política” que é comemorado no dia 11 de setembro, levando em consideração as características particulares do município e de sua população.

4.1 CAMPANHA SIMULADA

O objetivo da campanha simulada é homenagear a cidade e a população. Além de uma homenagem, trazer um sentimento de orgulho, de pertencimento ao município por fazer parte da cidade considerada a Capital da Mata Norte de Pernambuco, despertando atitudes de amor e cuidado com a cidade e de solidariedade entre os cidadãos.

Com esse sentimento de pertencimento, espera-se que as pessoas passem a cuidar melhor da cidade, com ações como descarte correto de lixos, não ateando fogo em lotes vagos, evitar deixar água parada, respeitar as leis de trânsitos, entre outras ações de boa cidadania

4.2 PÚBLICO-ALVO

Primário: toda a população do município.
Secundário: transeuntes de cidades vizinhas.

4.3 INVESTIMENTO E PERIODICIDADE

As licitantes devem apresentar uma campanha simulada com duração de 15 dias (quinze dias), utilizando uma verba de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), para divulgação em todo o município, incluindo os custos de produção, veiculação e ações promocionais ou de não mídia.

4.4 EXPECTATIVA DA CAMPANHA

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 e impactar o máximo possível de pessoas da população de interesse da campanha.

Carpina (PE), 18 de julho de 2022.

SAMUEL HIGINO PEREIRA DE SOUSA
SECRETÁRIO MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO



ANEXO V

MINUTA DO CONTRATO

PROCESSO LICITATÓRIO Nº. 038/2022
CONCORRÊNCIA Nº.006/2022

CONTRATO DE SERVIÇOS TÉCNICOS de publicidade e comunicação social que entre si celebram a _____ e a empresa _____, para os fins que se especificam.

A _____ do Carpina/PE, inscrita no CNPJ/MF sob o nº _____, situada a _____, neste Município, doravante neste instrumento denominado CONTRATANTE, neste ato representado por seu SECRETARIO DE _____, doravante denominado simplesmente CONTRATANTE, o Sr. _____, brasileiro, residente na _____, CEP: _____, portadora da cédula de identidade nº _____, e inscrito no CPF nº _____, e doravante neste instrumento denominada CONTRATADA, neste ato representada por _____ (cargo que exerce na empresa) resolvem, com fundamento na Lei 8.666/93, na Lei 12.232/2010, da Lei 4.680/65, no Decreto 57.690/66 com as alterações do Decreto 4.563/2002, nas Normas Padrão da Atividade Publicitária e na Lei Complementar 123/06, celebrar o presente contrato de serviços integrados de publicidade e propaganda, tudo de acordo com o Processo Licitatório Nº. 038/2022, na modalidade Concorrência Nº. 006/2022, o que fazem nos termos das cláusulas e condições adiante expressas:

CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO – Contratação de empresa de publicidade e propaganda para prestação de serviços profissional objeto da presente licitação a contratação de empresa especializada na prestação de serviços integrados de publicidade e propaganda destinados à criação, produção e veiculação de material promocional impresso e audiovisual para divulgação de das ações institucionais do município de Carpina”.

Os serviços executados pela CONTRATADA serão de acordo com as orientações expedidas pela Assessoria de Comunicação, subordinada a Secretaria Demandante, a quem compete à definição dos mesmos.

CLÁUSULA SEGUNDA - O PREÇO - O preço do presente contrato é de R\$ _____ (_____), constituído pela soma dos valores das diversas atividades desenvolvidas durante a execução do projeto.

CLÁUSULA TERCEIRA - CONDIÇÕES DE PAGAMENTO - O pagamento será efetuado mensalmente, com apresentação da nota fiscal/fatura e acompanhada do atestado da execução do serviço.

Parágrafo único – O pagamento será efetuado em até 30 (trinta) dias.

CLÁUSULA QUARTA - PRAZO DO CONTRATO - O prazo do presente contrato é de ____ (____) meses, a contar de ____ (____) de _____ 2022, e término em ____ de _____ de 2022, podendo ser prorrogado em iguais e sucessivos períodos, conforme determina a Lei 8.666/93.

CLÁUSULA QUINTA - DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA - Os recursos destinados ao cumprimento do presente contrato são oriundos da seguinte dotação orçamentária exercício 2022:



SECRETARIA MUNICIPAL DE _____

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE - Além das demais obrigações, expressamente previstas nas demais cláusulas deste contrato, a contratante se obriga a:

a - Efetuar o pagamento dos serviços contratados nos prazos e formas previstas na cláusula terceira.

CLÁUSULA SÉTIMA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA - Além das demais obrigações, expressamente previstas nas demais cláusulas do presente contrato, a contratada se obriga a:

a - Responsabilizar-se por danos morais ou materiais, causados à Administração ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo, quando da execução do Contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou acompanhamento da Prefeitura Municipal de _____.

b - A responsabilidade pelos direitos autorais perante terceiros, inclusive, ressarcimento proveniente de condenação judicial por uso indevido.

c - Apresentação à Prefeitura Municipal de _____ dos encargos previdenciários e tributários pela contratada quando a ela for responsável apresentado copia do recolhimento ao Departamento de Gestão Financeira.

d - Prestar e deixar sempre atualizada a caução a ser dada pela contratada.

CLÁUSULA OITAVA - DAS PENALIDADES - O não cumprimento na execução do serviço por parte da contratada, ou fora das condições pré-determinadas, implicará nas providências indicadas a seguir, facultada a ampla defesa nos termos da Lei.

a - Multa de 5% (cinco por cento) do valor de sua proposta, na hipótese de a licitante vencedora desistir expressamente desta licitação ou não assinar o contrato no prazo previsto neste Edital, sem prejuízo das sanções previstas no art. 81 da Lei nº 8.666/93.

b - Pela inexecução total ou parcial do contrato a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar ao contratado as sanções previstas nos incisos I, II, III e IV, do Art. 87, como também as sanções previstas nos incisos I, II e III do Art. 88 da Lei 8.666/93.

c - Para o caso do cancelamento da prestação de serviços, a multa de 10 (dez por cento), será cobrada de forma judicial.

d - As penalidades previstas neste Edital poderão ser relevadas quando ocorrer fato superveniente devidamente comprovado, ou, ainda, quando justificada e aceita, pela autoridade responsável pela fiscalização do cumprimento do contrato.

CLÁUSULA NONA - DA RESCISÃO - O presente contrato poderá ser rescindido nas hipóteses previstas no art. 78, ou, amigavelmente, nos termos do Inciso II, do art. 79, da Lei n.º 8.666/93.

CLÁUSULA DÉCIMA - VINCULAÇÃO AO EDITAL - Este contrato está vinculado formalmente a todas as normas e deliberações constantes da CONCORRÊNCIA Nº. 006/2022, as quais ficam fazendo parte integrante deste contrato, independentemente de sua transcrição neste instrumento.



CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO APLICÁVEL - Lei 8.666/93, Lei 12.232/2010, Lei 4.680/65, no Decreto 57.690/66 com as alterações do Decreto 4.563/2002, Normas-Padrão da Atividade Publicitária e Lei Complementar 123/06 são as normas aplicáveis para dirimir qualquer dúvida ou litígio decorrente deste Contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DA PUBLICAÇÃO - Compete à contratante providenciar, as suas expensas, a publicação do extrato do presente contrato do Diário Oficial do Estado, até o 5º (quinto) dia do mês subsequente ao de sua assinatura.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - FORO COMPETENTE - As partes contratantes elegem o Foro da Comarca de Carpina, Estado de Pernambuco, para dirimir solucionar qualquer dúvida ou controvérsia decorrente do presente contrato, renunciando a qualquer outro, ainda que privilegiado.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - TAXAS, IMPOSTOS, TARIFAS E CONTRIBUIÇÕES - Correrão por conta da contratada, todos os impostos, taxas, tarifas e contribuições decorrentes do presente contrato e de sua execução.

E por estarem assim justos e contratados, assinam as partes o presente contrato, o qual foi elaborado em 04 (quatro) vias de igual teor e forma, para que produza todos os efeitos legais.

_____, ____ de _____ de 2022

CONTRATANTE:

CONTRATADA:

TESTEMUNHAS:



ANEXO VI

MODELO DE DECLARAÇÃO

REF: CONCORRÊNCIA N° 006/2022
PROCESSO LICITATÓRIO N° 038/2022

_____, ____/____/006/2022

À Comissão Permanente de Licitação
Prefeitura do Município de Carpina

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATOS IMPEDITIVOS

Em cumprimento às determinações da Lei Federal 8.666/93 e suas alterações posteriores, DECLARAMOS, para fins de participação na Concorrência acima, que:

- 1) Nossa empresa não está impedida de contratar com a Administração Pública, Direta e Indireta;
- 2) Não foi declarada inidônea pelo Poder Público, de nenhuma esfera;
- 3) Não existe fato impeditivo à nossa habilitação;
- 4) Não possuímos entre nossos proprietários, nenhum titular de mandato eletivo.
- 5) Não empregamos menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e nem menor de 16 (dezesesseis) anos, nos termos do inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal/88.

Por ser expressão da verdade, eu _____, representante legal desta empresa, firmo a presente.

Nome e assinatura de representante legal da empresa
Nome e endereço da empresa
CNPJ

OBSERVAÇÕES: Este modelo deverá ser copiado na forma e na íntegra, devidamente preenchido com as informações pertinentes e em papel timbrado da Empresa.



ANEXO VII

TERMO DE RETIRADA DE EDITAL

REF: CONCORRÊNCIA N° 006/2022
PROCESSO LICITATÓRIO N° 038/2022

Declaro ter retirado cópia integral do Edital da CONCORRÊNCIA N° 006/2022, Processo N° 038/2022, na data abaixo, que tem por objeto a contratação de 01 (uma) agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade para a Prefeitura Municipal de Carpina.

Declaro ainda ter recebido, neste ato, o envelope padronizado citado no item 4.1 letra "a" do Edital relativo a esta CONCORRÊNCIA.

_____, ____ de _____ de 2022.

Nome, assinatura e CPF do responsável

DADOS CADASTRAIS:

Empresa
CNPJ N°
Representante Legal
Endereço
N° do fax
N° do telefone
E-mail

OBSERVAÇÃO: A falta do preenchimento e entrega deste Termo de Retirada exige a Comissão de Licitação da comunicação de eventuais esclarecimentos ou retificações ocorridas no instrumento convocatório.



ANEXO VIII

PROCESSO Nº 038/2022
CONCORRÊNCIA Nº 006/2022

PROJETO BÁSICO

1. INTRODUÇÃO

A elaboração do presente Projeto Básico atende ao estipulado pelo art. 7º, I, da Lei nº 8.666 de 21/06/1993.

Tem o objetivo de fornecer aos interessados a perfeita caracterização dos serviços, descrevendo-os detalhadamente e, assim, servir de base para apresentação das propostas.

Vale ressaltar que a definição de Termo de Referência/Projeto Básico é a utilizada pela Lei n.º 8.666/93, art.6º, inciso IX.

Portanto, serão analisadas aqui as obrigações da empresa a ser contratada para execução dos serviços, bem como as da Prefeitura Municipal de Carpina, na qualidade de contratante.

2. OBJETO

2.1 - Constitui-se objeto da presente licitação a contratação de empresa especializada na prestação de serviços integrados de publicidade e propaganda destinados à criação, produção e veiculação de material promocional impresso e audiovisual para divulgação institucional de pontos turísticos do município de Carpina.

2.2. - A publicidade e propaganda de que trata este edital visa à divulgação dos atos, programas, obras, serviços, desenvolvimento de peças publicitárias de apoio a eventos educacionais, culturais e artísticos e ou marketing promocional, informações de interesse público, orientação e educação dos munícipes, compreendendo pesquisa, estudo, planejamento, conceituação, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, distribuição aos veículos, formas inovadoras de comunicação, pesquisas e avaliações de matérias que guardem pertinência com serviços publicitários.

2.3 – Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes a:

d) Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;

e) Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;

f) Produção e execução técnica das peças e/ou material criado pelas agências contratadas.

2.3.1 – As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea "a" do subitem 1.4 terão a finalidade específica de:

a. gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação da PREFEITURA DO CARPINA/PE, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

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



c. possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

2.3.2 - É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações previstas na alínea "a" do subitem 1.1.1 de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

2.3.3.- Os serviços previstos no objeto a ser licitado não abrangem as atividades de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, projetos de ambientação e decoração, montagem de estandes em feiras e exposições e serviços correlatos, viabilização de cotas de patrocínio para divulgação de projetos social, cultural e esportivo e merchandising com apoio da PREFEITURA DO CARPINA/PE e atividades de desenvolvimento e implantação de serviços para internet.

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

2.4 Para a realização dos serviços contidos no objeto desta licitação, será contratada uma agência de propaganda, declarada vencedora da concorrência, nos termos do resultado de julgamento das propostas.

2.5 A agência contratada atuará de acordo com solicitação da Contratante.

2.2 - Os serviços devem observar o caráter informativo e publicitário, de acordo com o Briefing (ANEXO IV) do Edital.

2.3. Os serviços de publicidade e propaganda de que trata o edital e anexos visam à divulgação dos atos, programas, obras, serviços, desenvolvimento de peças publicitárias de apoio a eventos educacionais, culturais e artísticos e ou marketing promocional, informações de interesse público, orientação e educação dos munícipes, compreendendo pesquisa, estudo, planejamento, conceituação, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, distribuição aos veículos, formas inovadoras de comunicação, pesquisas e avaliações de matérias que guardem pertinência com serviços publicitários.

3 - DA VERBA DA CONTRATAÇÃO E DA REMUNERAÇÃO

3.1. A verba a ser despendida, para utilização nos serviços discriminados no item 2.1 será de R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais).

3.2 - As despesas decorrentes da execução dos Contratos correrão à conta de dotações orçamentárias exercício 2022 das Secretarias e Fundos Municipais:

SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO; SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO; FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE; FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTENCIA SOCIAL; SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO, CULTURA E DESPORTO; SECRETARIA MUNICIPAL DE OBRAS E INFRAESTRUTURA; SECRETARIA MUNICIPAL DE MEIO AMBIENTE; SECRETARIA MUNICIPAL DE PLANEJAMENTO; SECRETARIA MUNICIPAL DE FINANÇAS.

3.3. O valor pertinente à efetiva utilização dos serviços previstos neste edital será orçado pela CONTRATADA em cada caso, em função dos custos respectivos, obedecendo-se rigorosamente, sob pena de responsabilidade, a compatibilidade com os preços do mercado, devendo ser submetidos, previamente, à apreciação e aprovação da Assessoria de Comunicação da **Prefeitura Municipal de Carpina (PE)**.



4 – JUSTIFICATIVA

4.1. É sabido que as Administrações Municipais necessitam cumprir, dentre outros mandamentos constitucionais, o princípio da publicidade, que se consolida, em especial, através da veiculação das ações administrativas praticadas no decorrer do seu mandato eletivo;

4.2. A veiculação dos atos institucionais representa apenas um dos componentes dos serviços de publicidade a que estão sujeitos, por força de Lei, todos os órgãos e entidades vinculados ao Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, bem como as pessoas da administração direta, indireta e controladas pelos entes e poderes retromencionados;

4.3. A Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, instituiu normas gerais para a licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda. Isto representa um avanço na formatação da metodologia a ser adotada na execução desses serviços;

4.4. Evidente que a obrigatoriedade de ser ter um procedimento licitatório instruído para se contratar através de agência de propaganda nos leva ao entendimento de que as peças publicitárias devam ser criadas, produzidas e veiculadas de forma profissional, ampliando a qualidade e a eficiência dos trabalhos produzidos com essa finalidade;

4.5. Demais disso, além do atendimento do disposto nos parágrafos precedentes, importante registrar que serviços de publicidade sob a ótica da Lei nº 12.232, significa o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

4.6. Outra particularidade introduzida pela antedita norma legal, encontra-se devidamente registrado no art. 2º, § 1º, que *ipsis litteris*, determina:

§ 1º Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;

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

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

4.7. Destarte, entende esta Administração como indispensável a contratação sob comento, face às necessidades elencadas no presente Projeto Básico.

5. INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES

5.1. DA PROPOSTA DE PREÇOS

A proposta de preços deverá ser apresentada em uma via, impressa sem emendas nem rasuras, devendo fazer parte o prazo de validade, que não deverá ser inferior a 60 (sessenta) dias.



5.2. 5. PRAZO DE VIGÊNCIA DO CONTRATO

O contrato poderá ter o prazo de vigência de até 12 (doze) meses contados da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, na forma do art. 57, da Lei Federal nº 8.666/93 e alterações subsequentes.

6. PRAZO PARA ASSINATURA DO CONTRATO

6.1. O Contrato será assinado no prazo de até 05 (cinco) dias, contados da data da notificação, sob pena de decair o direito à contratação, sem prejuízo das penalidades previstas no art. 81 da Lei nº 8.666/93 e alterações subsequentes,

7. GARANTIA CONTRATUAL

7.1. No ato da assinatura do contrato os licitantes vencedores deverão prestar garantia de execução contratual, no prazo de até 05 (cinco) dias, sob pena de rescisão, no percentual correspondente a 1% (um por cento) do valor do contrato. Esta garantia observará o disposto no art. 56 da Lei nº 8.666/93 e alterações subsequentes e será devolvida em até 10 (dez) dias úteis após o término do contrato, verificadas e atestadas o adimplementos das obrigações contratadas.

8. VALIDADE DA PROPOSTA

8.1. O prazo de validade da proposta é de no mínimo 60 (sessenta) dias consecutivos, contados da data da sessão pública estipulada para entrega dos envelopes à Comissão Especial de Licitação.

9. PAGAMENTO E REAJUSTAMENTO

9.1. O pagamento dos serviços prestados será efetuado pela PREFEITURA DE CARPINA, no prazo de até 05 (cinco) dias úteis contados da data da apresentação da nota fiscal/fatura dos serviços realizados, devidamente autorizados e atestados pelo gestor da contratação;

Carpina (PE), 18 de julho de 2022.

SAMUEL HIGINO PEREIRA DE SOUSA
SECRETÁRIO MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO



ANEXO IX

Processo nº 038/2022
Concorrência nº 006/2022

MINUTA DA ATA DE REGISTRO DE PREÇOS Nº ____/2022

A Prefeitura Municipal do Carpina/PE, inscrita no CNPJ(MF) sob o nº 11.097.342/0001-98, situada à Praça São José, Nº 95, Bairro São José, CEP 55.815-040 – Carpina - PE, neste ato representado por seu SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO o Sr. SAMUEL HIGINO PEREIRA DE SOUSA, brasileiro, residente na Rua P, 12, Bairro Santo Antônio - Carpina – PE, CEP: 55.814-100, portadora da cédula de identidade nº 6122274 SSP/PE, e inscrito no CPF nº 008.932.324-67, doravante denominado, simplesmente, ÓRGÃO GERENCIADOR DO REGISTRO DE PREÇOS, realizado por meio do **CONCORRÊNCIA Nº 006/2022** e de outro lado, as empresas adjudicatárias nos lotes abaixo, homologada em / / , doravante denominada FORNECEDOR, tem entre si, justo e avençado a presente Ata que, quando publicada, terá efeito de compromisso de fornecimento, nos termos do Decreto nº 027/2010, que regulamenta o art. 15 da Lei nº 8.666/93, observada as condições estabelecidas no ato convocatório e consoante as cláusulas que se seguem:

1 – DO(S) FORNECEDOR(ES) REGISTRADO(S): A partir desta data, fica(m) registrado(s) nesta PREFEITURA MUNICIPAL DE CARPINA, observada a ordem de classificação, os preços do(s) fornecedor(es) registrado(s) a seguir relacionado(s), objetivando o compromisso de prestação de serviços integrados de publicidade e propaganda destinados à criação, produção e veiculação de material promocional impresso e audiovisual para divulgação institucional e social da **Prefeitura Municipal de Carpina**, conforme especificações contidas no Anexo II ao Edital.

Empresa _____, CNPJ nº _____, com sede à Rua _____, CEP: _____, telefone: () _____, fax: () _____, telefone representante em _____, fax () _____, representada por seu(sua) _____, Sr(a) _____, (nacionalidade e estado civil), residente e domiciliado(a) em _____, RG n. _____, Órgão de Emissão _____, CPF nº _____.

A verba a ser despendida, para utilização nos serviços discriminados no projeto básico será de R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais).

2 – DA EXPECTATIVA DO FORNECIMENTO: O ajuste com o(s) fornecedor(es) registrado(s) será formalizado pela PREFEITURA MUNICIPAL DE CARPINA ou Interessados mediante assinatura de Contrato, observadas as disposições contidas no Edital do Concorrência nº 006/2022.

2.1 – O compromisso de entrega só estará caracterizado mediante Contrato, decorrente desta Ata de Registro de Preços e Edital de Concorrência nº 006/2022.

2.2 – O(s) fornecedor (es) registrado(s), dentro dos quantitativos estimados, fica(m) obrigado(s) a atender todos os pedidos efetuados durante a validade desta Ata de Registro de Preços.

3 - DO CONTROLE DOS PREÇOS REGISTRADOS: a PREFEITURA MUNICIPAL DE CARPINA adotará a prática de todos os atos necessários ao controle e administração da presente Ata.

3.1 – Os preços registrados e a indicação dos respectivos fornecedores detentores da Ata serão divulgados em meio eletrônico.



4 – DOS PREÇOS: A qualquer tempo, conforme previsto no Decreto nº 027/2010, o preço registrado poderá ser revisto em decorrência de eventual redução daqueles existentes no mercado, cabendo à PREFEITURA MUNICIPAL DE CARPINA convocar os fornecedores registrados para negociar o novo valor.

4.1 – Caso o fornecedor registrado se recuse a baixar os preços registrados, a PREFEITURA MUNICIPAL DE CARPINA poderá cancelar o registro ou convocar todos os fornecedores registrados para oferecerem novas propostas, gerando novo julgamento e adjudicação para esse fim.

4.2 – Durante o período de validade da Ata de Registro de Preços, os preços não serão reajustados ressalvada a superveniência de normas aplicáveis à espécie.

4.3 – O diferencial de preço entre a proposta inicial do fornecedor detentor da Ata e a pesquisa de mercado efetuada pela PREFEITURA MUNICIPAL DE CARPINA à época da licitação, bem como eventuais descontos por ela concedidos serão sempre mantidos.

5 – DA VALIDADE DA ATA DE REGISTRO DE PREÇOS: A presente Ata terá validade de 12 (doze) meses contada a partir da data de sua assinatura.

6 - DA DIVULGAÇÃO DA ATA DE REGISTRO DE PREÇOS: A publicação resumida desta Ata de Registro de Preços na imprensa oficial, que é condição indispensável para sua eficácia, será providenciada pelo Órgão Gerenciador até o quinto dia útil do mês seguinte ao de sua assinatura, para ocorrer no prazo de vinte dias daquela data.

7 – DO FORO: O Foro para dirimir questões relativas ao presente compromisso de fornecimento será o Foro de Carpina (PE), com prejuízo a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem assim justos e contratados, assinam o presente instrumento em 03 (três) vias de igual teor e forma, para todos os fins previstos em direito, na presença das duas testemunhas abaixo identificadas, que a tudo assistiram e que também o subscrevem.

SAMUEL HIGINO PEREIRA DE SOUSA
SECRETÁRIO MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

(EMPRESA)
Representante Legal

TESTEMUNHAS:

Nome: _____
CPF nº _____

Nome: _____
CPF Nº _____