

**PREFEITURA MUNICIPAL DE TAMANDARÉ - PE**  
**EDITAL DE LICITAÇÃO**

**PROCESSO LICITATÓRIO Nº. 008/2016**  
**CONCORRÊNCIA DE LICITAÇÃO DO TIPO TÉCNICA E PREÇO Nº.**  
**001/2016.**

**PREÂMBULO**

O Município de Tamandaré/PE, pessoa jurídica de direito público, com sede na Av. José Bezerra Sobrinho, s/n, CEP55578-000, CNPJ nº 01.596.018/0001-60, por ordem do seu Exmo. Sr. Prefeito e a fim de atender a solicitação da Secretaria Municipal de Turismo e Cultura, através da Comissão Permanente de Licitação, torna pública a realização da **Concorrência nº 001/2016, do tipo Técnica e Preço**, empreitada por preço global, a realizar-se **às 09:00h, no dia 18 de julho de 2016**, para contratação de empresa para a 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 Tamandaré, através do Convênio nº 824899/2015 de interesse entre o Ministério do Turismo e a Prefeitura de Tamandaré/PE. Os trabalhos serão conduzidos pela Comissão Permanente de Licitação CPL e pela Subcomissão Técnica formalizada conforme dispõe o art. 10 da Lei 12.232/2010.

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 12.232/2010, 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 e Normas Padrão CENP.

O presente convênio tem por objeto desenvolver o turismo por meio do apoio à realização do Projeto intitulado **ações promocionais para difundir o potencial turístico do município de Tamandaré - PE**, no âmbito do Programa CAMPANHAS PARA PROMOÇÃO DO TURISMO NO MERCADO NACIONAL – EMENDA PARLAMENTAR, conforme Plano de Trabalho aprovado.

**1 - DO OBJETO**

1.1 - É objeto da presente Licitação a contratação de empresas para a 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 Tamandaré/PE.

1.2 - Os serviços devem observar o caráter informativo e de orientação social, de acordo com o Briefing (ANEXO IV) deste Edital;

1.3 - Nas contratações de serviços de publicidade, deveram serem executados os serviços conforme descritos nos planos de trabalho abaixo especificados:

**META 01 - CRIAÇÃO DO MATERIAL PROMOCIONAL**

Item	Descrição	Quantidade
1	Criação de artes para anúncios virtuais para ação em Mídia Digital - Publicação de 2 peças digitais na plataforma Portal UOL Nacional - Canal Viagem Formatos: Super Banner 728x90; Half page 300x600.	2
2	Criação de artes para anúncio virtual para Ação em Mídia Digital - Publicação de 1 peça digital na plataforma Portal G1 Notícias - Canal Turismo e Viagem Formato: Floating (DHTML) internas.	1
3	Criação de Nome, Marca e Slogan	1
4	Criação de Mapa ilustrado formato A3 couche fosco 150gr 4/4 cores blocado e com picote em cada, com distribuição no Centro Turístico de Tamandaré, Hotéis de Recife, Olinda, Litoral Sul, Paraíba, Alagoas e Sergipe.	1
5	Criação de Folder Turístico formato A3 com 3 dobras couche fosco 150gr com laminação fosca frente e verso, aplicação de verniz localizado nas fotos, faca de corte e vinco, com ilustração. Distribuição no Centro Turístico de Tamandaré, Hotéis de Recife, Olinda, Litoral Sul, Paraíba, Alagoas e Sergipe.	1
6	Criação de Panfleto formato 21x15 cm 4/4 cores couche fosco 115gr com distribuição no Centro Turístico de Tamandaré, Hotéis de Recife, Olinda, Litoral Sul, Paraíba, Alagoas e Sergipe.	1
7	Criação de Cartaz A3 4/0 cores couche fosco 150gr com distribuição no Centro Turístico de Tamandaré, Hotéis de Recife, Olinda, Litoral Sul, Paraíba, Alagoas e Sergipe.	1

**META 02 - PRODUÇÃO DE MATERIAL PROMOCIONAL AUDIOVISUAL E IMPRESSO**

Item	Descrição	Quantidade
1	Produção de documentário 10 minutos incluindo roteiro, captação de imagens em drone, imagens aéreas e imagens aquáticas, contratação de apresentador, artistas locais, externas, locação de Studio para divulgação dos atrativos turísticos. Sendo reproduzido em DVD gravado e impresso com distribuição no Centro Turístico de Tamandaré, Hotéis de Recife, Olinda, Litoral Sul, Paraíba, Alagoas e Sergipe.	35.000
2	Produção de Jingle Temático 30 segundos retratando todo o potencial turístico de Tamandaré. Sendo reproduzido em CD gravado e impresso com distribuição no Centro Turístico de Tamandaré, Hotéis de Recife, Olinda, Litoral Sul, Paraíba, Alagoas e Sergipe.	35.000
3	Produção de Mapa ilustrado formato A3 couche fosco 150gr 4/4 cores blocado e com picote em cada, com distribuição no Centro Turístico de Tamandaré, Hotéis de Recife, Olinda, Litoral Sul, Paraíba, Alagoas e Sergipe.	40.000,00
4	Produção de Folder Turístico formato A3 com 3 dobras couche fosco 150gr com laminação fosca frente e verso, aplicação de verniz localizado nas fotos, faca de corte e vinco, com ilustração. Distribuição no Centro Turístico de Tamandaré, Hotéis de Recife, Olinda, Litoral Sul, Paraíba, Alagoas e Sergipe.	40.000
5	Produção de Panfleto formato 21x15 cm 4/4 cores couche fosco 115gr com distribuição no Centro Turístico de Tamandaré, Hotéis de Recife, Olinda, Litoral Sul, Paraíba, Alagoas e Sergipe.	40.000

6	Produção de Cartaz A3 4/0 cores couche fosco 150gr com distribuição no Centro Turístico de Tamandaré, Hotéis de Recife, Olinda, Litoral Sul, Paraíba, Alagoas e Sergipe.	40.000
---	--	--------

### **META 03 - DIVULGAÇÃO LOCAL E NACIONAL**

Item	Descrição	Quantidade
1	Veiculação Jingle 30 segundos na Rádio Nova Brasil – Programa Sob Medida. Segunda à Sábado. Abertura/Encerramento com menção slogan; 01 comercial de 30". Totalizando 52 comerciais 30" / mês; 52 citações 5" Praça: Recife Período 30 dias.	52
2	Ação em Mídia Digital - Publicação de 2 anúncios virtuais na plataforma Portal UOL Nacional – Canal Viagem Formatos: Super Banner 728x90 e Half page 300x600. Com 320 mil impressões/visualizações os 2 anúncios no mês. O valor de R\$ 125,00 para cada mil impressões/visualizações.	320
3	Ação em Mídia Digital – Publicação de 1 anúncio virtual na plataforma Portal G1 Notícias – Canal Turismo e Viagem Formato: Floating (DHTML) internas. Com 200 mil impressões/visualizações. O valor de R\$ 34,00 para cada mil impressões/visualizações.	200

## **2 - DOS VALORES E DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

**2.1 - O valor de contratação dos serviços que são objeto desta Licitação está estimado em R\$ 501.002,00 (Quinhentos e um mil e dois reais), para um período de 180 (cento e oitenta) dias, a contar da data de assinatura do contrato.**

2.2 - As despesas decorrentes da execução do Contrato para o exercício de 2016 correrão à conta de dotações especificadas: Ministério do Turismo - Convênio nº 824899/2015. 02.01 - Gabinete do Prefeito. 0412202002.203 – Divulgação Oficial. 33903999. Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica. 02.03 - Secretaria de Turismo e Cultura. 1339224702.2016 - Gestão Técnica e Administrativa da Secretaria de Turismo e Cultura. 33903999 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica.

2.3 - A execução dos serviços será remunerada originalmente da forma abaixo, ainda não levando em consideração o eventual desconto concedido pelos licitantes, na forma apresentada no Anexo III, da “Proposta de Preços”, referentes aos custos internos relativos aos trabalhos desenvolvidos pela licitante contratada.

2.4 - Pelo “desconto padrão de agência” 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.

2.5 - Pela taxa de 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.

2.6 - Pela taxa de 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.

2.7 - Os percentuais supracitados serão inalteráveis pelo período de 180 (dias), 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, e desde que estejam, nos termos do art. 30, inciso I da Lei n. 8.666, registradas ou inscritas em entidade profissional competente (Associação Brasileira de Agências de Publicidade - ABAP), e que tenham Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento, concedido pelo CENP - Conselho Executivo das Normas Padrão ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, atestando que a licitante tem estrutura profissional técnica e de conjunto mínimo de informações e dados de mídia, na configuração estabelecida pelo Anexo A das Normas-Padrão e conforme item 2.5.3 das mesmas Normas. Em vigor quando da apresentação dos envelopes de nº 01, 02, 03 e 04, e que cumpram integralmente 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 pela Administração Pública;
- 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 sala da Comissão de Licitação da Prefeitura, localizada Av. José Bezerra Sobrinho s/n, no horário de 8h às 13h, haja vista a necessidade de se solicitar o envelope de **via nº 01** identificada sendo este o envelope padronizado citado na letra “a” do item 4.1 deste edital.

3.5 - Pedidos de esclarecimentos ou impugnações deverão ser feitos através de protocolo na sala da Comissão de Licitação da Prefeitura em até 05 (cinco) dias úteis antes da data de entrega dos envelopes e serão respondidos em até 3 (três) dias úteis da data de seu efetivo recebimento (art. 41, § 1º, Lei 8.666/93), através de endereço eletrônico ou fax em mensagem acessível a todos os interessados.

3.6 - O recurso será dirigido ao Exmo. Sr. Prefeito do Município de Tamandaré, por intermédio do Presidente da Comissão Permanente de Licitação – CPL, a qual poderá reconsiderar sua decisão ou podendo motivadamente e presente razões de interesse público, atribuir aos recursos interpostos eficácia suspensiva, de acordo Procuradoria Municipal.

3.7 - Nenhum prazo de recurso, representação ou pedido de reconsideração se inicia ou corre sem que os autos do processo estejam com vista franqueada às interessadas.

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

3.9 - 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.

#### **4 - DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS E PROPOSTAS**

4.1 - Os interessados deverão participar da licitação, até 10 minutos antes da hora marcada para abertura da sessão, apresentando na Sala da Comissão de Licitação da Prefeitura, localizada na Av. José Bezerra Sobrinho, s/n, 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 quando da aquisição deste Edital), rubricados no seu fecho (exceto o envelope nº 1 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, solicitado pela licitante quando feito aquisição do Edital e 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.

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;
- 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 A 4, tipo off-set, na cor branca, deverão ser colocadas soltas e em ordem dentro do envelope 1;
- Sem identificação da licitante.

a.5) As especificações do subitem acima aplicam-se, no que couber, ao sub quesito Ideia Criativa.

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 nº1 e nº3.

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 nº1.

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

**b) Envelope Nº 02 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA IDENTIFICADO**

**LICITAÇÃO: CONCORRENCIA Nº 001/2016**

**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, fax e e-mail 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 001/2016**

**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 constantes, 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, fax e e-mail, quando existente.

c.3) Os documentos acostados no Envelope nº 3 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 1 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, fax e e-mail, 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 001/2016**

**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, fax e e-mail, 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, observadas as exigências constantes nos Anexos e Modelos deste Edital;

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

4.3 - Os Envelopes Nº 01, Nº 02, Nº 03 e 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. Juntamente com a Carta de Credenciamento ou Procuração deverá ser apresentado o *Certificado de Registro no Conselho Executivo das Normas Padrão – CENP*, vigente na presente data, sob pena de ser considerada inapta a participar do certame, conforme dispõe Lei 12.232/2010.

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 5, serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do art. 11 da Lei 12.232/2010.

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 - Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente consolidado e registrado na Junta Comercial de sua sede, com as eventuais alterações, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
- d - Inscrição do Ato Constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício; e,
- e - Decreto de autorização, devidamente arquivado, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no país, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;
- f - Certificado de Registro no Conselho Executivo das Normas Padrão – CENP.

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:**

5.3 - DOCUMENTO D-3

Prova de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ/MF);

5.4 - DOCUMENTO D-4

Prova de regularidade para com a Fazenda Federal, expedida pela Delegacia da Receita Federal;

5.5 - DOCUMENTO D-5

Prova de regularidade para com as Fazendas Estaduais e Municipais do domicílio ou sede da licitante;

5.6 – DOCUMENTOS D-6

Alvará de Funcionamento e Localização do município da licitante;

#### 5.7 - DOCUMENTO D-7

Certificado atualizado de Regularidade do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS, da sede da licitante, demonstrando situação regular nos cumprimentos dos encargos sociais instituídos por lei;

#### 5.8 – DOCUMENTO D-8

Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a justiça do Trabalho, mediante a apresentação da CNDT – Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas, fornecida pelo TST – Tribunal Superior do Trabalho, com prazo de validade em vigor, nos termos do art. 642-A da CLT c/c o art. 29, inciso V da Lei 8.666, de 21 de junho de 1993.

### **DOCUMENTAÇÃO RELATIVA À QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:**

#### 5.9 - DOCUMENTO D-9

Balanco 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. O referido balanço deverá conter assinatura de representante legal da empresa proponente e do seu contador, ou, mediante publicação no órgão de imprensa oficial, devendo, neste caso, permitir a identificação do veículo e data da sua publicação, sendo indispensável a indicação do nome do contador e do número do seu registro no Conselho Regional de Contabilidade-CRC.

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

5.9.2 - O balanço 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 balanço 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:

**ILC = AC: 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.

#### 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 – 12

Documentação que comprove o registro ou inscrição em entidade profissional competente, a exemplo da Associação Brasileira de Agências de Publicidade – ABAP.

#### 5.13- DOCUMENTOS – 13

Atestado (s) de Capacidade Técnica fornecido (s) por Pessoa Jurídica de Direito Público ou Privado, que comprovem desempenho de serviço (s) compatível (eis) em características com o objeto da licitação.

5.14 - 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 “1”, “2” e “3” na forma prevista no item 4 e subitens e deverá atender os requisitos abaixo:

#### **6.1. – PLANO DE COMUNICAÇÃO NÃO IDENTIFICADO / APÓCRIFO - Envelope “1”**

6.1.1. - Para efeito de avaliação a licitante deverá apresentar os conteúdos publicitários e a criação dos projetos gráficos para as 5 (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 prédefinidas pela Prefeitura para a difusão do potencial turístico do município de Tamandaré/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 4 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 Times New Roman tamanho 12 (doze). As peças que integram o referido “Plano de Comunicação” deverão estar acondicionadas em embalagens adequadas às características do Envelope “1”, 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, com base no Anexo I deste Edital - Projeto Básico (briefing), deverá compreender os seguintes quesitos:

I - Raciocínio Básico: texto, em até 2 (duas) laudas, em que a licitante demonstrará o seu conhecimento geral sobre a Entidade em questão e também o seu entendimento das características da Prefeitura de Tamandaré com a finalidade específica de expandir a visibilidade no município no cenário turístico nacional, promover o destino turístico e incrementar o crescimento do município, conforme especificações do convênio celebrado com a União, por intermédio do Ministério do Turismo.

II – Estratégia de Comunicação Publicitária: texto em até 2 (duas) laudas que deverá ser desenvolvido por meio de texto, no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação específico e alcançar os objetivos de comunicação específicos, relacionados a esse desafio, compreendendo:

- 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;
- 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: texto por meio do qual a licitante deverá escolher 5 peças a partir da lista pré-definida pela Prefeitura Municipal de Tamandaré e apresentar como exemplos para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes 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;
- Com relação às peças que compõem a lista pré-definida pela Prefeitura Municipal de Tamandaré, a licitante deverá explicitar as funções táticas que delas se pode esperar;

- Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “folder”, “agenda”, “jingle”) formatada conforme previsão do subitem 10.1.4, IV;
- Os exemplos de peças e ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro nº 1, 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 1 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 com até 3 (três) laudas escritas em que a licitante demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários em questão. A inclusão de tabelas não serão computadas no total de laudas mencionado no Plano de Comunicação.

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 “2”**

O Envelope “2” 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 “1” contendo os mesmos quesitos acima, de igual teor e forma, mas sem os exemplos de peças relativas ao quesito Ideia Criativa.

## **6.3 - DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO– ENVELOPE “3”**

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, 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.

**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 cumpridas 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;

V - Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características e prazos com o objeto da Licitação, mediante apresentação de três ou mais declarações/atestados de experiência anterior similares ao objeto desta concorrência, fornecidas por três ou mais clientes que tenham sido ou estejam sendo atendidos pela licitante.

**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 devem ser fornecidos em DVD; os spots e/ou jingles em CD; as peças de internet em CD e as peças gráficas devem ser impressas em proporções reduzidas que preservem suas dimensões 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 2 (dois) vídeos de natureza institucional e/ou promocional, até 5 (cinco) spots e/ou jingles para rádio, um conjunto de até 5 (cinco) peças destinadas à mídia impressa e até 2 (duas) peças 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 3, 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 “4”**

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 idéias (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 1 e 3, 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** subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de texto, no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Tamandaré com a finalidade específica de expandir a visibilidade do município no cenário turístico nacional, promover o destino turístico e incrementar o crescimento do município, conforme especificações do convênio celebrado com a UNIÃO, por intermédio do Ministério do Turismo.

**II - Estratégia de Comunicação Publicitária** - subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de texto, no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação específico e alcançar os objetivos de comunicação específicos, relacionados a esse desafio, compreendendo:

- a) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária para a questão específica;
- b) Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.
- c) A adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas da Prefeitura 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 - Idéia 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 Tamandaré;
- 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 - As propostas técnicas serão julgadas, avaliadas e classificadas de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado definidos neste Edital, aferindo-se a

nota a partir do somatório dos pontos obtidos nos quesitos técnicos constantes da proposta do licitante, sendo certo que receberá um máximo de 100 (cem) pontos, distribuídos entre os diversos tópicos de julgamento, da seguinte forma:

- a) Raciocínio Básico: máximo de 10 pontos;
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária: máximo de 20 pontos;
- c) Ideia Criativa: máximo de 20 pontos;
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 15 pontos;
- e) Capacidade de Atendimento ao Cliente: máximo de 15 pontos;
- f) Repertório: máximo de 20 pontos.

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 setenta pontos;
- III - Obter nota 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 á 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, 3 (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 em Diário Oficial ou outro meio de comunicação inequívoca, abrindo-se o prazo de 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 “4” - “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 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 zero, ou incompatíveis com os preços de mercado observado o disposto no § 3º do art. 44 da Lei nº 8.666/93.

10.2.4. Serão desclassificadas licitantes que apresentarem percentual de desconto superior a 40% (quarenta 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 4 (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 – Após 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 nº1, 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 1, 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 3, 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;
- e1) 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;

e2) Encerrada a reunião, a Comissão Permanente de Licitação repassará à Subcomissão Técnica, os Envelope nº 1 e nº 3 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 2, 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.*

11.12 - Em cada uma das fases do certame licitatório, a Comissão Permanente de Licitação – CPL, caso julgue conveniente, poderá suspender a respectiva sessão pública,

a fim de que tenha melhores condições de analisar os documentos apresentados, marcando na oportunidade, se possível e necessário, nova data e horário em que voltará a se reunir com os licitantes.

## **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 5 (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 5, 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 5 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 5 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 á 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 a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata.

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 Tamandaré 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 180 (cento e oitenta) dias, 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 Tamandaré.

## **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 idéias, 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, respeitada 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 Tamandaré.

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 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, 3 (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 Tamandaré, 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 as 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 as 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 à 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, 5 (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 conseqüência, 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 - A Secretaria solicitante através da assessoria de comunicação caberá acompanhar, fiscalizar, receber e atestar a qualidade dos serviços executados pela Contratada.

18.2 - A Secretaria solicitante 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, emitida pela autoridade competente, com base na finalização do certame e solicitação da Secretaria solicitante;

b - O custo de serviços de criação e arte, além de outros dependerá de avaliação prévia e de aprovação pela Secretaria solicitante, 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 Secretaria solicitante, após comprovação de que o mesmo está de acordo com os preços praticados no mercado.

c - A Secretaria solicitante 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 Secretaria solicitante, 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 Secretaria solicitante deduzindo do seu valor, os débitos apurados a favor da Prefeitura.

## **21 - DAS SANÇÕES EM CASO DE INADIMPLEMENTO**

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 as 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 e liberação do recurso por parte do Órgão Federal.

## **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 á 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 de Edital.

Tamandaré, 30 de maio de 2016.

---

Hildo Hacker Júnior  
Prefeito

Av. José Bezerra Sobrinho, Centro – Tamandaré/PE  
CEP. 55.578-000 – CNPJ: 01.596.018/0001-60



**ANEXO I**

**MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_/\_\_\_\_/2016**

À

Comissão Permanente de Licitação

Prefeitura do Município de Tamandaré/PE

REF: Concorrência Nº 001/2016 - PROCESSO Nº 008/2016

Prezados Senhores (as),

Apresentamos o (a) Senhor (a) .....portador 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/Técnica e Preço Nº 001/2016 – Processo Nº 009/2016 e demais reuniões destinadas à “Contratação de empresa de publicidade e propaganda para prestação de serviços à Administração Municipal de Tamandaré, 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° 001/2016 – PROCESSO LICITATÓRIO N° 008/2016

Declaramos que estamos cientes e aceitamos todas as condições do Edital de Licitação na modalidade Concorrência N° 001/2016 – Processo N° 008/2016, destinada à “Contratação de empresa para prestação de serviços de publicidade à Administração Municipal de Tamandaré, 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.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_/\_\_\_\_/2016.

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.

**MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS**

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_/\_\_\_\_/2016

À Comissão Permanente de Licitação  
Prefeitura Municipal de Tamandaré/PE

REF: Concorrência N° 001/2016 – PROCESSO ADMINISTRATIVO N° 008/2016

Prezados Senhores,

Encaminhamos a V.Srs. nossa proposta para a prestação de serviços de publicidade à Administração Municipal de Tamandaré, objeto da Licitação na modalidade Concorrência N° 001/2016 – Processo Administrativo N° 008/2016, tipo Técnica e Preço.

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 Tamandaré, 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 Tamandaré 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.

4.3 - Declaramos que se reverterá à Prefeitura Municipal de Tamandaré, parcela do “desconto padrão de agência” a que fizermos 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.



Prefeitura de  
**Tamandaré**

*Trabalhando para você*

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**

### **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DO MUNICÍPIO DE TAMANDARÉ**

REF: CONCORRÊNCIA Nº 001/2016– PROCESSO LICITATÓRIO Nº 008/2016

#### **1 - INTRODUÇÃO**

**Ações promocionais para difundir o potencial turístico do município de Tamandaré /PE.**

#### **2 - JUSTIFICATIVA**

Localizada no Litoral Sul Pernambucano, a 100 km do Recife, capital estadual, Tamandaré possui apenas 22.591hab (IBGE, 2015) e uma economia de base terciária, na qual o setor de prestação de serviços e o comércio de suporte as atividades turísticas tem peso significativo na geração de emprego e renda local.

Tamandaré é um destino turístico consolidado a nível estadual, evidenciado pela migração sazonal na alta estação e pendular a cada final de semana, com levas de turistas, que levam a dobrar a sua população. Atualmente, o município possui condições de receber um público ainda maior e agregar valor à cadeia produtiva com a veiculação de seus produtos no mercado nacional.

Dentre os principais atrativos do município destaca-se os ligados a Rota do Sol e Mar, com as praias dos Carneiros e de Tamandaré, ricas em piscinas naturais e delimitadas por estuários que abrigam paisagens cênicas emolduradas pelo mangue e por reservas de Mata Atlântica. Com uma biodiversidade endêmica e variedade espécies, o município é referência na convivência do turismo com a conservação ambiental, tendo como um dos símbolos o cavalo marinho presente em seu litoral. A cidade ainda abriga a Reserva Biológica de Saltinho - uma das áreas de Mata Atlântica mais importantes do nordeste brasileiro, favorável para o turismo científico e de aventura, com trilhas, rios e espaços de contemplação. A cidade conta com exemplares arquitetônicos de mais de 200 anos de cunho religioso a beira mar e tradições culturais que fortalecem um calendário de eventos, a exemplo das festas de São Benedito e São Pedro. Destaca-se ainda eventos como o Tamandaré Fest, pré-carnaval existente a mais de 12 anos que dinamiza toda a rede turística.

O município possui uma rede de infraestruturas de serviços de suporte ao turismo como restaurantes, resort, hotéis e pousadas, que apresentam ao visitante uma gastronomia regional com oferta de frutos do mar e frutas tropicais, atrelada de forma sustentável a população caiçara remanescente e as colônias de pescadores.

Tais aspectos tornam Tamandaré, num dos mais simbólicos destinos turísticos para os pernambucanos. O presente projeto busca alavancar ainda mais o município no cenário nacional, atraindo cada vez mais turistas de todo o país com a criação/produção, distribuição e veiculação de material publicitário e promocional. Fortalecendo, assim, os arranjos produtivos locais vinculados ao turismo, gerando emprego e renda para a quase totalidade da população municipal que será beneficiada direta e indiretamente pela atração de turistas.

A Prefeitura Municipal tem como prioridade consolidar e ampliar as atividades turísticas e amparada nas diretrizes estabelecidas pelo Plano Nacional de Turismo e reforçadas pelo Plano de Governo Local, dará todo o suporte necessário a condução de programas de promoção do turismo.

As logomarcas do Governo Federal e do Ministério do Turismo serão providenciadas pelo município em toda e qualquer ação, material ou peça relacionada com a execução do objeto deste convênio.

### 3 - METAS

#### Meta 01

Criação do material promocional.

Valor Total: R\$ 38.832,00 (trinta e oito mil oitocentos e trinta e dois reais).

Item	Descrição	Quantidade	V. Unitário R\$	V. Total R\$
1	Criação de artes para anúncios virtuais para ação em Mídia Digital - Publicação de 2 peças digitais na plataforma Portal UOL Nacional - Canal Viagem Formatos: Super Banner 728x90; Half page 300x600.	2	2.250,00	4.500,00
2	Criação de artes para anúncio virtual para Ação em Mídia Digital - Publicação de 1 peça digital na plataforma Portal G1 Notícias - Canal Turismo e Viagem Formato: Floating (DHTML) internas.	1	2.250,00	2.250,00
3	Criação de Nome, Marca e Slogan	1	19.571,00	19.571,00
4	Criação de Mapa ilustrado formato A3 couche fosco 150gr 4/4 cores blocado e com picote em cada, com distribuição no Centro Turístico de Tamandaré, Hotéis de Recife, Olinda, Litoral Sul, Paraíba, Alagoas e Sergipe.	1	4.911,00	4.911,00
5	Criação de Folder Turístico formato A3 com 3 dobras couche fosco 150gr com laminação fosca frente e verso, aplicação de verniz localizado nas fotos, faca de corte e vinco, com ilustração. Distribuição no Centro Turístico de Tamandaré, Hotéis de Recife, Olinda, Litoral Sul, Paraíba, Alagoas e Sergipe.	1	4.911,00	4.911,00
6	Criação de Panfleto formato 21x15 cm 4/4 cores couche fosco 115gr com distribuição no Centro Turístico de Tamandaré, Hotéis de Recife, Olinda, Litoral Sul, Paraíba, Alagoas e Sergipe.	1	1.230,00	1.230,00
7	Criação de Cartaz A3 4/0 cores couche fosco 150gr com distribuição no Centro Turístico de Tamandaré, Hotéis de Recife, Olinda, Litoral Sul, Paraíba, Alagoas e Sergipe.	1	1.459,00	1.459,00
			<b>Total: R\$ 38.832,00</b>	



### Meta 02

Produção do material promocional audiovisual e impresso.

Valor Total: R\$ 392.490,00 (trezentos e noventa e dois mil quatrocentos e noventa reais).

Item	Descrição	Quantidade	V. Unitário R\$	V. Total R\$
1	Produção de documentário 10 minutos incluindo roteiro, captação de imagens em drone, imagens aéreas e imagens aquáticas, contratação de apresentador, artistas locais, externas, locação de Studio para divulgação dos atrativos turísticos. Sendo reproduzido em DVD gravado e impresso com distribuição no Centro Turístico de Tamandaré, Hotéis de Recife, Olinda, Litoral Sul, Paraíba, Alagoas e Sergipe.	35.000	5,00	175.000,00
2	Produção de Jingle Temático 30 segundos retratando todo o potencial turístico de Tamandaré. Sendo reproduzido em CD gravado e impresso com distribuição no Centro Turístico de Tamandaré, Hotéis de Recife, Olinda, Litoral Sul, Paraíba, Alagoas e Sergipe.	35.000	3,41	119.350,00
3	Produção de Mapa ilustrado formato A3 couche fosco 150gr 4/4 cores blocado e com picote em cada, com distribuição no Centro Turístico de Tamandaré, Hotéis de Recife, Olinda, Litoral Sul, Paraíba, Alagoas e Sergipe.	40.000,00	0,81	32.400,00
4	Produção de Folder Turístico formato A3 com 3 dobras couche fosco 150gr com laminação fosca frente e verso, aplicação de verniz localizado nas fotos, faca de corte e vinco, com ilustração. Distribuição no Centro Turístico de Tamandaré, Hotéis de Recife, Olinda, Litoral Sul, Paraíba, Alagoas e Sergipe.	40.000	1,20	48.000,00
5	Produção de Panfleto formato 21x15 cm 4/4 cores couche fosco 115gr com distribuição no Centro Turístico de Tamandaré, Hotéis de Recife, Olinda, Litoral Sul, Paraíba, Alagoas e Sergipe.	40.000	0,05	2.000,00
6	Produção de Cartaz A3 4/0 cores couche fosco 150gr com distribuição no Centro Turístico de Tamandaré, Hotéis de Recife, Olinda, Litoral Sul, Paraíba, Alagoas e Sergipe.	40.000	0,40	16.000,00
<b>Total: R\$ 392.750,00</b>				

### Meta 03

Divulgação local e nacional.

Valor Total: R\$ 69.420,00 (sessenta e nove mil quatrocentos e vinte reais).

Item	Descrição	Quantidade	V. Unitário R\$	V. Total R\$
1	Veiculação Jingle 30 segundos na Rádio Nova Brasil – Programa Sob Medida. Segunda à Sábado. Abertura/Encerramento com menção slogan; 01 comercial de 30". Totalizando 52 comerciais 30" / mês; 52 citações 5" Praça: Recife Período 30 dias.	52	435,00	22.620,00

2	Ação em Mídia Digital - Publicação de 2 anúncios virtuais na plataforma Portal UOL Nacional – Canal Viagem Formatos: Super Banner 728x90 e Half page 300x600. Com 320 mil impressões/visualizações os 2 anúncios no mês. O valor de R\$ 125,00 para cada mil impressões/visualizações.	320	125,00	40.000,00
3	Ação em Mídia Digital – Publicação de 1 anúncio virtual na plataforma Portal G1 Notícias – Canal Turismo e Viagem Formato: Floating (DHTML) internas. Com 200 mil impressões/visualizações. O valor de R\$ 34,00 para cada mil impressões/visualizações.	200	34,00	6.800,00
				<b>Total: R\$ 69.420,00</b>

**Total Geral: R\$ 501.002,00 (quinhentos e um mil e dois reais).**

#### **4 - DESAFIO DE COMUNICAÇÃO**

O desafio que se coloca para as licitantes é a proposição, geração dos conteúdos e a criação dos projetos gráficos para as 6 (seis) 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 prédefinidas pela Prefeitura, para a difusão do potencial turístico do município de Tamandaré/PE.



## ANEXO V – MINUTA DO CONTRATO

REF: CONCORRÊNCIA Nº 001/2016 - PROCESSO LICITATÓRIO Nº 008/2016

**CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS** de publicidade e comunicação social que entre si celebram a Prefeitura Municipal de Tamandaré/PE e a empresa.....

A Prefeitura Municipal de Tamandaré, inscrita no CNPJ/MF sob o nº ....., situada a ....., neste Município, doravante neste instrumento denominado CONTRATANTE, neste ato representada pelo Prefeito Sr. ....CPF nº ....., Identidade nº ....., residente e domiciliado nesta cidade, de outro lado a empresa ....., CNPJ sob o nº ....., com sede à Rua ....., nº ....., Bairro ....., doravante neste instrumento denominada CONTRATADA, neste ato representada pelo Sr. (a) ..... (cargo que exerce na empresa), inscrito no R.G. sob o nº ..... e CPF/MF nº ....., residente e domiciliado à ....., 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 alterada pela Lei Complementar 147/2014, celebrar o presente contrato de serviços técnicos de publicidade e comunicação social, tudo de acordo com o Processo Licitatório Nº. 008/2016, na modalidade Concorrência Nº 001/2016 do tipo Técnica e Preço, o que fazem nos termos das cláusulas e condições adiante expressas:

**Cláusula Primeira** – DO OBJETO - O objeto do presente é a Contratação de empresa de publicidade e propaganda para prestação de serviços profissionais de publicidade à Administração Municipal de Tamandaré/PE.

Os serviços executados pela CONTRATADA serão de acordo com as orientações expedidas pela Assessoria de Comunicação, subordinada ao Gabinete do Prefeito e a Secretaria de Turismo e Cultura do município, a quem compete a definição dos mesmos.

**Cláusula Segunda** - DO 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** – DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO - O pagamento será efetuado mensalmente, com apresentação da nota fiscal/fatura, acompanhada do atestado da execução do serviço e liberação do recurso por parte do Órgão Federal.

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

**Cláusula Quarta** – DO PRAZO DO CONTRATO - O prazo do presente contrato é de 180 (cento e oitenta) dias, a contar de \_\_\_\_ (\_\_\_\_) de \_\_\_\_\_ 2016, e término em \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2016, 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 dotação orçamentária: Ministério do Turismo - Convênio nº 824899/2015. 02.01 - Gabinete do Prefeito. 0412202002.203 – Divulgação Oficial. 33903999. Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica. 02.03 - Secretaria de Turismo e Cultura. 1339224702.2016 - Gestão Técnica e Administrativa da Secretaria de Turismo e Cultura. 33903999 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica.

**Cláusula Sexta** – DAS 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** – DAS 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 Tamandaré.

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

c-Apresentação à Prefeitura Municipal de Tamandaré 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** - DA VINCULAÇÃO AO EDITAL - Este contrato está vinculado formalmente a todas as normas e deliberações constantes da CONCORRÊNCIA Nº 001/2016, as quais ficam fazendo parte integrante deste contrato, independentemente de sua transcrição neste instrumento.

**Cláusula Décima Primeira** - DA LEGISLAÇÃO APLICÁVEL - Lei 8.666/93, Lei 12.232/2010, Lei 4.680/65, Decreto 57.690/66 com as alterações do Decreto 4.563/2002, Normas-Padrão da Atividade Publicitária e Lei Complementar 123/06 alterada pela Lei Complementar 147/2014, 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 em Diário Oficial, até o 5º (quinto) dia do mês subsequente ao de sua assinatura.

**Cláusula Décima Terceira** - DO FORO COMPETENTE - As partes contratantes elegem o Foro da Comarca de Tamandaré, Estado de Pernambuco, para dirimir solucionar qualquer dúvida ou controvérsia decorrente do presente contrato, renunciando a qualquer outro, ainda que privilegiado.

**Cláusula Décima Quarta** - DAS 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 assim estarem acordes, depois de lido e achado conforme, foi o presente instrumento assinado pelas partes em 04 (quatro) vias de igual teor e forma para um só efeito legal, na presença das testemunhas abaixo.

Tamandaré/PE, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2016.

\_\_\_\_\_  
CONTRATANTE

\_\_\_\_\_  
CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

1- \_\_\_\_\_  
CPF/MF

2- \_\_\_\_\_  
CPF/MF



## ANEXO VI - MODELO DE DECLARAÇÃO

REF: CONCORRÊNCIA N° 001/2016 - PROCESSO LICITATÓRIO N° 008/2016

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_/\_\_\_\_/2016

À Comissão Permanente de Licitação  
Prefeitura do Município de Tamandaré

## D E C L A R A Ç Ã O

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 n°

**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° 001/2016 - PROCESSO LICITATÓRIO N° 008/2016

Declaro ter retirado cópia integral do Edital da CONCORRÊNCIA/TÉCNICA E PREÇO n° 001/2016, PROCESSO LICITATÓRIO n° 008/2016, 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 Tamandaré/PE.

Declaro ainda ter recebido, neste ato, o envelope padronizado citado no item 4.1 letra “a” do Edital relativo a esta CONCORRÊNCIA/TÉCNICA E PREÇO.

Tamandaré, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2016.

\_\_\_\_\_  
Nome, assinatura e CPF do responsável

**DADOS CADASTRAIS:**

Empresa:

CNPJ N°

Endereço:

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.**