

EDITAL DE LICITAÇÃO

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 016/2017 – CONCORRÊNCIA Nº 001/2017

O Município de Tamandaré/PE, pessoa jurídica de direito público, com sede na Av. José Bezerra Sobrinho, s/n, Centro, CEP: 55.578-000, CNPJ nº 01.596.018/0001-60, por ordem do seu Exmo. Sr. Prefeito e a fim de atender a solicitação do Gabinete do Prefeito, através da Comissão Permanente de Licitação (Portaria nº 015/2017), torna pública a realização da **Concorrência nº 001/2017, do tipo Técnica e Preço**, empreitada por preço global, a realizar-se **às 09:00h, no dia 02 de outubro de 2017, na sala da CPL (Sede da Prefeitura)**, com objetivo de contratar agência de publicidade para criação de logomarca; planejamento, idealização, produção, execução de projetos e peças publicitários para planos de mídia e distribuição aos veículos; apoio a eventos educacionais, culturais, artísticos, marketing promocional e pesquisas; uso de novos instrumentos avaliatórios na geração de conhecimento sobre o mercado, público-alvo, meios de divulgação e resultados de campanhas realizadas. Atendendo as necessidades do Município de Tamandaré, de acordo Termo de Referência (anexo I) e Briefing (anexo II), deste Edital. 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 Lei 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.

Observação: Na hipótese de não haver expediente na data acima fixada, ficará a sessão adiada para o primeiro dia útil subsequente no mesmo local e hora, salvo disposição em contrário. Na impossibilidade da conclusão dos trabalhos da sessão deste Certame na mesma data de abertura, e em face de decisão da CPL, deverá ser determinada a continuidade das atividades em dia (s) subsequente (s).

1. DO OBJETO

- 1.1 Contratação de agência de publicidade para criação de logomarca; planejamento, idealização, produção, execução de projetos e peças publicitários para planos de mídia e distribuição aos veículos; apoio a eventos educacionais, culturais, artísticos, marketing promocional e pesquisas; uso de novos instrumentos aviatórios na geração de conhecimento sobre o mercado, público-alvo, meios de divulgação e resultados de campanhas realizadas. Atendendo as necessidades do Município de Tamandaré, de acordo Termo de Referência (anexo I) e Briefing (anexo II).
- 1.2 Os serviços devem observar o caráter informativo e de orientação social, de acordo com o Briefing (anexo II);
- 1.3 A agência contratada atuará de acordo com a solicitação da Contratante;
- 1.4 O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será de propriedade da Prefeitura de Tamandaré, sendo, portanto, proibida a sua divulgação por qualquer meio ou sua reprodução total ou parcial sem expressa autorização, ficando a Contratada sujeita às penalidades aplicáveis.

2. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

- 2.1 O recurso financeiro para a realização desta licitação é oriundo das seguintes dotações orçamentárias:
 - 2.1.1 **Gabinete do Prefeito:** 02.01. 0412202002.201 - Gestão Técnica e Administrativa do Gabinete do Prefeito. 33903999 – Outros Serviços de Terceiro – Pessoa Jurídica.
 - 2.1.2 **Secretaria de Saúde:** 02.04. 1012202102.223 – Gestão Técnica e Administrativa da Secretaria de Saúde. 33903999 – Outros Serviços de Terceiro – Pessoa Jurídica.
 - 2.1.3 **Secretaria de Educação:** 02.05. 1236118802.224 – Manutenção de Ensino Fundamental. 33903999 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa jurídica.
 - 2.1.4 **Secretaria de Assistência Social:** 02.07. 0812202102.244 – Gestão Técnica e Administrativa da Secretaria de Assistência Social. 33903999 – Outros Serviços de Terceiro – Pessoa Jurídica.
- 2.2 O valor global estimado para a contratação será de **R\$: 600.000,00 (seiscentos mil reais)**.
 - a) Gabinete do Prefeito R\$: 420.000,00 (quatrocentos mil reais);
 - b) Secretaria de Saúde R\$: 30.000,00 (trinta mil reais);
 - c) Secretaria de Educação R\$: 120.000,00 (cento e vinte mil reais);
 - d) Secretaria de Assistência Social R\$: 30.000,00 (trinta mil reais).
- 2.3 O prazo de vigência será de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado, a critério da administração, mediante Termo Aditivo, até o limite previsto no Inciso II, do Art. 57, da Lei nº 8.666/93 e suas alterações.

3. DAS CONDIÇÕES GERAIS DE PARTICIPAÇÃO:

- 3.1 A participação na licitação implica na aceitação integral e irrevogável pelos licitantes, dos termos, cláusulas, condições e anexos do Edital, que passarão a integrar o contrato como se transcrito, com lastro na legislação referida no preâmbulo deste Edital, bem como na observância dos regulamentos administrativos e das normas técnicas aplicáveis, não sendo aceita, sob qualquer hipótese, alegação de seu desconhecimento em qualquer fase do procedimento licitatório e execução do contrato.
- 3.2 Poderão participar desta Licitação as pessoas jurídicas legalmente constituídas e estabelecidas no País e empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no Brasil, que satisfaçam o conceito de Agência de Propaganda, nos termos da Lei nº 4.680 de 18/06/65 e demais legislação pertinente, **ficando, no entanto, impedidas** de participar da licitação, direta ou indiretamente, as empresas:
 - 3.2.1 Em consócio, sob nenhuma forma.
 - 3.2.2 Das quais participe, seja a que título for, servidor público Municipal de Tamandaré;
 - 3.2.3 Que tenha sido declarada inidônea por órgão ou entidade da administração pública direta ou indireta, do Município de Tamandaré.
 - 3.2.4 Empresas temporariamente suspensas ou impedidas de participar de licitação e/ou de contratar com o Município de Tamandaré, sob pena de incidir no previsto no parágrafo único do art. 79 da Lei 8666/93 e alterações.
 - 3.2.5 Que se encontre sob processo de falência, concordata ou recuperação judicial, concurso de credores, dissolução, ou liquidação.
 - 3.2.6 Para cumprimento do disposto no item 5.2 acima, considera-se participação indireta a existência de qualquer vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira ou trabalhista entre o autor do projeto e o Licitante.
- 3.3 Cada licitante somente poderá apresentar uma proposta de acordo com as exigências deste Edital.
- 3.4 As Propostas Técnica e de Preços e quaisquer correspondências e documentos a elas relativos deverão ser escritos no idioma português. Os impressos de caráter técnico, inclusive os Certificados que comprovem sistema de qualidade, se for o caso, poderão estar escritos em outro idioma, sendo que, no caso de apresentação em idioma diferente do Português, deverão vir acompanhados de tradução para a língua portuguesa feita por tradutores juramentados, sob pena de inabilitação ou desclassificação.
- 3.5 É vedada a qualquer pessoa física ou jurídica a representação, na presente Concorrência, por mais de uma empresa licitante.

4. DO CREDENCIAMENTO

4.1 Do credenciamento:

- 4.1.1 O credenciamento far-se-á por procuração através de instrumento público ou particular, em original ou cópia autenticada, devendo obrigatoriamente citar que o credenciado está autorizado a praticar todos os atos e atribuições inerentes aos processos licitatórios.
 - a) Em se tratando de procuração particular, a mesma deverá ter a firma reconhecida em cartório. Tanto à procuração pública como à procuração particular será

- b) atribuída uma validade de 12 (doze) meses a partir da data de assinatura, se outro prazo não constar no texto do referido documento.
 - c) A procuração particular deverá fazer-se acompanhar de documento comprobatório da capacidade do outorgante para constituir mandatários;
 - d) Sendo o representante sócio ou dirigente do licitante, deverá apresentar cópia autenticada do respectivo ato constitutivo ou documento no qual estejam expressos os seus poderes.
- 4.1.2 No dia, hora e local estipulados no preâmbulo deste edital, o documento de credenciamento deverá ser entregue juntamente com a respectiva cédula de identidade ou documento equivalente, em separado dos envelopes **01 – VIA NÃO IDENTIFICADA, 02 – VIA IDENTIFICADA, 03 – PROPOSTA TÉCNICA, 04 – PROPOSTA DE PREÇOS**, sendo apresentado fora dos mesmos e permanecerão em poder da 1ª CPL para instrução do processo.
- 4.1.3 A não apresentação do documento de credenciamento não será motivo para a desclassificação ou inabilitação do licitante, apenas ficando impedido de se manifestar e responder pelo licitante durante os trabalhos, permanecendo tão somente como observador;
- 4.1.4 Cada licitante poderá apresentar no máximo 02 (dois) representantes, e cada credenciado poderá representar apenas 01 (uma) empresa.

5. DA HABILITAÇÃO

- 5.1 Os documentos exigidos para a habilitação deverão ser apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas técnicas e de preços, nos termos do inciso XI do art. 11 da Lei nº 12.232, de 29.06.2010, devendo a **DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO (ENVELOPE 5)** ser apresentada em uma única via em original, ou cópia autenticada por cartório ou publicação na imprensa oficial, ou ainda, serem autenticadas por membro da 1ª CPL. As cópias reprográficas dos documentos podem ser autenticadas pela Comissão Permanente de Licitação, desde que apresentados à Comissão até às **12h00min** do primeiro dia útil anterior à data de recebimento de todos os envelopes. A documentação de habilitação a ser apresentada deverá ter a validade do dia da primeira sessão, onde serão recebidos os envelopes de Propostas Técnicas e Proposta de Preços.

5.1.1 Habilitação Jurídica

- a) Registro Comercial, no caso de empresa individual, devidamente registrada na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante; ou em outro órgão, desde que a lei assim determine;
- b) Ato Constitutivo ou Estatuto ou Contrato Social em vigor (entende-se como em vigor a apresentação do documento em sua primeira versão, com todas as suas alterações posteriores, caso tenha havido, ou sua versão consolidada), devidamente registrado na Junta Comercial da sede ou domicílio do licitante; ou em outro órgão, desde que a lei assim determine, em se tratando de Sociedades Comerciais e, no caso de Sociedades por Ações, acompanhado da ata devidamente arquivada da Assembleia Geral da reunião do Conselho de Administração que elegeu seus administradores, devendo ser apresentada comprovação da publicação pela imprensa da ata arquivada;

- c) Decreto de autorização, 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;
- d) Inscrição do ato constitutivo, acompanhada de prova da diretoria em exercício, no caso de sociedades civis.

5.1.2 Regularidade Fiscal e Trabalhista

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) do Ministério da Fazenda.
- b) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual ou Municipal, relativo ao domicílio (filial) ou sede (matriz) do licitante.
- c) Prova de regularidade para com a Fazenda Federal, que deverá ser comprovada através da apresentação de Certidão expedida pela Secretaria da Receita Federal, referente ao domicílio (filial) ou sede (matriz) do licitante, não havendo necessidade de apresentação de Certidão emitida pela Procuradoria da Fazenda Nacional, por se tratar de emissão em conjunto.
- d) Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual que deverá ser comprovada através da apresentação da Certidão Negativa expedida pela Secretaria da Fazenda do Estado em que estiver situado o domicílio (filial) ou sede (matriz) do licitante.
- e) Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal que deverá ser comprovada através da apresentação da Certidão Negativa expedida pela Secretaria da Fazenda ou Finanças do Município em que estiver situado o domicílio (filial) ou sede (matriz) do licitante.
- f) Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, através do Certificado de Regularidade do FGTS – CRF emitido pela Caixa Econômica Federal.
- g) Prova de Regularidade relativa aos débitos trabalhistas, através da Certidão Negativa de Débitos Trabalhista – CNDT
- h) As provas de regularidade deverão ser apresentadas através de Certidão Negativa ou Certidão Positiva com efeitos de Negativa.
 - i. Considera-se Positiva com efeitos de Negativa a Certidão em que conste a existência de créditos não vencidos; em curso de cobrança executiva em que tenha sido efetivada a penhora; ou cuja exigibilidade esteja suspensa por moratória, ou depósito de seu montante integral, ou reclamações e recursos, nos termos das leis reguladoras do processo tributário administrativo ou concessão de medida liminar em mandado de segurança.

5.1.3 Qualificação Econômico-Financeira

- 5.1.3.1 Garantia de apresentação da proposta (caução em original), conforme previsto no inciso III do art. 31 da lei nº 8.666/93, no valor de 1% (um por cento) do objeto, tendo como base o preço máximo estimado pela Administração para despesas neste certame, em uma das modalidades previstas no art. 56, da lei nº 8.666/93 e alterações. A caução será devolvida às licitantes após a homologação da licitação,

- 5.1.3.2 excetuando a da licitante vencedora que ficará retida até a assinatura do contrato, quando será substituída pela garantia contratual.
- i. No caso de Título da Dívida Pública, eles só serão aceitos quando emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central, e avaliados pelos seus valores econômicos, definidos pelo Ministério da Fazenda (Redação dada pela Lei nº 10.079/2004, de 31.12.2004); e
 - ii. No caso da garantia em espécie, deverá ser feito o depósito na C/C nº 40839-5 – Ag. nº 3924-1 – Banco do Brasil.
- 5.1.3.3 Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício fiscal, registrado na Junta Comercial, já exigíveis e apresentados na forma da Lei, de acordo com os arts. 1065 e 1078 da Lei nº 10.406 de 10.01.2002 – Código Civil, acompanhados do termo de abertura e termo de encerramento, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, para aqueles que já completaram o seu primeiro exercício social, podendo ser atualizado por índices oficiais, quando encerrados há mais de 03 (três) meses da data de apresentação da proposta, e as empresas constituídas durante o ano corrente deverão, obrigatoriamente, apresentar o balanço inicial ou de abertura;
- a) As microempresas ou as empresas que trabalham sob regime de lucro presumido deverão também apresentar, obrigatoriamente, o Balanço Patrimonial na forma aqui exigida, não podendo o mesmo ser substituído por nenhum outro documento, Nas licitações para o fornecimento de bens para pronta entrega ou para a locação de materiais, não será exigido da microempresa ou da empresa de pequeno porte que gozar do privilégio da Lei Complementar 123/2006, a apresentação de balanço patrimonial do último exercício fiscal, na habilitação;
 - b) Apresentar os seguintes índices contábeis, extraídos do último Balanço Patrimonial, atestando a boa situação financeira da empresa:
LG = Liquidez Geral – igual ou superior a 1
SG = Solvência Geral – igual ou superior a 1
LC = Liquidez Corrente – igual ou superior a 1
Sendo,
LG = $(AC + RLP) / (PC + ELP)$
SG = $AT / (PC + ELP)$
LC = AC / PC
Onde:
AC = Ativo Circulante
RLP = Realizável a Longo Prazo
PC = Passivo Circulante
ELP = Exigível a Longo Prazo
AT = Ativo Total
 - c) Os índices acima descritos poderão ser demonstrados, em folha própria, fazendo-se constar os dados do balanço que lhes deram origem; e
 - d) Os licitantes que estiverem em seus balanços com índices inferiores a 1 (um), deverão comprovar um Capital Social ou Patrimônio Líquido de 10% (dez por cento) da sua proposta de preços a ser apresentada. A comprovação deverá ser feita relativamente à data da apresentação da proposta, admitida a atualização para esta data por meio de índices oficiais.

- 5.1.3.4 Certidão Negativa de Falência ou Concordata ou Recuperação Judicial ou Recuperação Extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede do licitante, com data não superior a 60 (sessenta) dias contados da data limite para recebimento das propostas, se outro prazo não constar do documento.

6. Qualificação Técnica

6.1. 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, quantidades e prazos com o objeto da licitação:

- 6.1.1 Serão considerados aptos os licitantes que apresentarem comprovação de prestação de serviço regular na produção e veiculação de campanha publicitária com abrangência simultânea de, pelo menos, quatro diferentes mídias, por campanha. Para efeito comprobatório, portanto, só será(ão) aceito(s) como atestado(s) válido(s) aquele(s) que contenha(m) na sua descrição a campanha realizada, o cliente, as mídias utilizadas e o período de veiculação das mesmas;
- 6.1.2 Para fins de comprovação de prestação de serviço regular só será(ão) considerado(s) atestado(s) emitido(s) por clientes com contrato direto com a agência licitante. Para atestar a simultaneidade de veiculação em diversas mídias *também* será(ão) aceita(s) declaração(ões) emitida(s) por veículo(s) e fornecedor(es) envolvido(s) na(s) campanha(s). A(s) declaração(ões) deve(m) ter a(s) firma(s) reconhecida(s) da(s) assinatura(s) do(s) declarante(s).
- 6.1.3 O(s) Atestado(s) emitido(s) por pessoa jurídica de direito privado deverão, obrigatoriamente, ter a firma reconhecida em cartório, do emitente do documento.
- 6.1.4 Relação do aparelhamento técnico disponível (incluindo sistema de gestão eletrônica) para a execução dos serviços objeto desta licitação, com declaração expressa firmada pelo licitante, sob as penas da lei, de que os mesmos se encontram em perfeitas condições de operacionalidade e trabalho;
- 6.1.5 Relação nominal do pessoal adequado e disponível, contendo nome e qualificação de cada um dos membros da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos;
- a) Os profissionais acima indicados para fins de comprovação da capacidade técnica deverão participar da execução dos serviços objeto desta licitação, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovado pela PREFEITURA MUNICIPAL DE TAMANDARÉ.
- b) A qualificação técnica dos profissionais acima citados deve ser feita indicando o cargo de cada um dos profissionais disponíveis para realização dos serviços, constantes neste Edital e sua qualificação, incluindo formação acadêmica, contas já atendidas, tempo de experiência em sua área de atuação.
- 6.1.5.1 Relação nominal dos instrumentos de pesquisa de mídia e planejamento disponíveis na agência para construção das estratégias de comunicação, próprias ou adquiridas de forma *ad hoc*, por assinatura ou encomenda; e
- 6.1.5.2 A empresa participante deverá apresentar o Certificado de Qualificação Técnica de funcionamento perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP.
- 6.1.6 **Da Documentação Complementar**, que consistirá em:
- 6.1.6.1 Declaração do Cumprimento do disposto no Inciso XXXIII do Art. 7º, da Constituição Federal, conforme modelo fornecido (**ANEXO IV**) deste Edital.

- 6.2 Os documentos necessários à habilitação poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente ou por membro da 1ª Comissão Permanente de Licitação da PREFEITURA MUNICIPAL DE TAMANDARÉ, ou publicação em órgão da imprensa oficial, **vedada sua apresentação através de cópia produzida via fax ou cópia ilegível**. Os documentos emitidos pela internet terão sua autenticidade verificada nos respectivos sites;
- 6.3 Os documentos que não tiverem prazo de validade estabelecido pelo órgão expedidor, somente serão válidos desde que tenham sido expedidos, no máximo, dentro dos 60 (sessenta) dias anteriores à data fixada para o recebimento dos envelopes de Proposta Técnica e de Proposta de Preços, ressalvado o disposto nos subitens **5.1.1, 5.1.2 “a” e “b”, 5.1.3.1 e 6.1** deste Edital;
- 6.4 Sob pena de inabilitação, todos os documentos deverão estar em nome do proponente, com número do CNPJ e com o endereço respectivo, observado ainda, o que segue:
 - a) Se o proponente for a matriz, todos os documentos deverão estar em nome da matriz;
 - b) Se o proponente for a filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial, exceto aqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente, forem emitidos somente em nome da matriz;
- 6.5 Não serão aceitos “protocolos de entrega” ou “solicitação de documento” em substituição aos documentos requeridos nesta Concorrência.
- 6.6 O(s) Atestado(s) de Capacidade Técnica poderá(ão) estar emitido(s) em nome e com CNPJ da matriz e/ou da(s) filial(ais) da empresa licitante.
- 6.7 Para o julgamento de habilitação serão observadas, também, as regras da LC nº 123/2006 para as ME e EPP alterada pela LC nº 147/2014.

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

A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em três envelopes distintos:

- 7.1. Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, no **ENVELOPE Nº 01**.
- 7.2.1. O **ENVELOPE Nº 01**, Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada** (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia), não poderá ter nenhuma identificação na parte externa, nem em todo o seu conteúdo, para preservar – até a abertura do ENVELOPE Nº 02, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária.
- 7.2.2. A Comissão Permanente de Licitação só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no **ENVELOPE Nº 01** fornecido obrigatoriamente pela PREFEITURA, a pedido do **LICITANTE** interessado na presente Licitação, observado o disposto no subitem **7.2.7**.
- 7.2.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser redigido em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado, obrigatoriamente, da seguinte forma:
 - Em papel tamanho A4, cor branca, papel off-set;
 - Com espaçamento de 2 cm nas margens direita, esquerda, superior e inferior, a partir da borda;

- Com espaçamento “simples” entre todas as linhas e parágrafos;
- Com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;
- Com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página, também na fonte “arial”, tamanho 12 pontos, **NÃO PODE SER MANUSCRITO**;
- 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;
- Todos os trabalhos de impressão deverão ser feitos em papel tamanho A 4, tipo off-set, na cor branca, e deverão ser acondicionados dentro do envelope 1 – Via Não Identificada;
- Sem qualquer tipo de identificação da empresa **LICITANTE**.

A confecção do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, elaborada de forma diferente do acima exigido, acarretará na imediata desclassificação da empresa licitante.

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

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

7.2.6. Os exemplos de peças da Campanha Simulada, sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características, impressas em papel tamanho A 4, papel tipo off-set, cor branca, adequado ao tamanho do **ENVELOPE Nº 01**.

7.2.7. O **ENVELOPE Nº 01** deverá ser retirado pelo interessado, até o primeiro dia útil anterior à data prevista para a sessão de abertura da licitação, no horário de 08h00min às 12h00min, na Sala da CPL (Sede da Prefeitura), na Av. José Bezerra sobrinho, s/n, centro.

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

ENVELOPE Nº 002

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

RAZÃO SOCIAL E CNPJ DO LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 001/2017

7.3.1. O **ENVELOPE Nº 002** será providenciado pelo **LICITANTE** e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

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

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

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

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

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

ENVELOPE Nº 03

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

RAZÃO SOCIAL E CNPJ DO LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 001/2017

7.4.1. O **ENVELOPE Nº 03** será providenciado pelo **LICITANTE** e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

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

7.5. A documentação dos **ENVELOPES Nº 02** e **03** deverá estar obrigatoriamente em papel timbrado do **LICITANTE**, sem emendas ou rasuras, devendo ainda ser datada e assinada na última folha e rubricada nas demais, **por seu representante legal ou procurador**, com poderes para o exercício da representação.

7.6. **A PROPOSTA TÉCNICA INCLUIRÁ 02 (DOIS) ITENS:**

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

7.6.1. DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

7.6.2. O Plano de Comunicação Publicitária consistirá de um conjunto de textos que deve ser apresentado com um total de até **20 (vinte)** laudas, sendo que nenhum dos tópicos descritos no subitem 7.3.2 deve, isoladamente, ultrapassar o limite de cinco laudas. Além destes textos, os tópicos descritos nos subitens 6.7.3.3 (Ideia Criativa) e 6.7.3.4 (Estratégia de Mídia), permitem até 05 (cinco) anexos cada, inclusos no volume, que devem obedecer às recomendações dispostas em cada uma destas alíneas sem prejuízo das demais.

7.6.3. O plano versará sobre os seguintes tópicos:

7.6.3.1. **Raciocínio Básico:** composto de um texto, em que o licitante deve expressar seu entendimento sobre a sistemática geral da Prefeitura Municipal de Tamandaré, sobre sua linha de atuação específica, e, ainda, sobre as suas necessidades de comunicação;

- 7.6.3.2. **Estratégia de Comunicação Publicitária:** constituída de texto em que o licitante exporá o conceito e a temática que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a comunicação da Prefeitura Municipal de Tamandaré, defendendo essa opção, examinando e descartando conceitos alternativos;
- 7.6.3.3. **Idéia Criativa:** síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças publicitárias que a corporifiquem objetivamente, apresentados sob a forma de roteiros e textos digitados, limitados a um para cada tipo de peça, em número máximo de 05 (cinco) anexos, onde a agência deverá demonstrar sua capacidade criativa e seu entendimento de acordo com as linhas estratégicas e princípios definidos nos briefings (**ANEXO II**) deste Edital. **Os anexos poderão ser: “layouts”, “storyboards”, “spot ou jingle para rádio”, roteiro de vídeo, folder, outdoor, etc.**
- 7.6.3.4. **Estratégia de Mídia:** com textos que evidenciem:
- Conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público, apresentados sob a forma de texto adequado à mídia escolhida, permitida a inclusão, na forma de anexo, de tabelas analíticas, sobre os hábitos de comunicação do público definido nos *briefings* (ANEXO II) deste Edital; sendo limitado a 05 (cinco) o total de anexos deste tópico;
 - Utilização dos recursos à disposição da linha de atuação, mediante texto em que se apresente a distribuição da verba nas rubricas de estudo e pesquisa, produção e veiculação, acompanhado da devida justificção e da inclusão de tabelas, como anexos, que sirvam de apoio aos argumentos oferecidos;
 - Simulação de plano de distribuição das peças publicitárias de que trata a “ideia criativa”, indicada no subitem 8.5.2.3 acima, acompanhada de memória, no tamanho máximo de uma lauda, em que se explicitem e se justifiquem as premissas assumidas.

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

- 7.6.4.1. **Capacidade de Atendimento:** Indicação da infraestrutura e recursos que serão colocados à disposição para a execução dos serviços objeto desta licitação, tanto geral, considerando-se a totalidade dos setores do licitante, quanto específica, no que diz respeito ao setor de atendimento propriamente dito. Esse tópico, a ser abordado sob a forma de textos sem anexos, deve incluir:
- Quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da linha de atuação, sob forma de currículo reduzido dos profissionais, discriminando as diferentes áreas de atendimento (estudo, planejamento, criação, produção de rádio, cinema e televisão, produção gráfica, mídia e atendimento), devendo o licitante indicar, caso a caso, quantos profissionais de cada nível servirão à linha de atuação;
 - Sistemática de atendimento, com clara indicação das obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento do licitante, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até sua criação, produto e veiculação;

- c) Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da apresentação dos documentos de habilitação, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;
- d) Relação nominal dos instrumentos de pesquisa de mídia e planejamento disponíveis na agência para construção das estratégias de comunicação, próprias ou adquiridas de forma *ad hoc*, por assinatura ou encomenda.

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

- a) Um DVD contendo **até** 05 (cinco) comerciais para televisão;
- b) Um CD contendo **até** 05 (cinco) spots e/ou jingles para rádio;
- c) Um conjunto de **até** 05 (cinco) anúncios destinados à mídia impressa;
- d) Um conjunto de **até** 05 (cinco) anúncios destinados à mídia online.

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

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

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

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

7.7. DA CAMPANHA SIMULADA

7.7.1. Para efeito de avaliação, o(s) licitante(s) deverá(ão) apresentar uma campanha simulada para a Prefeitura Municipal de Tamandaré, sobre o tema apontado no Briefing constante no ANEXO II deste Edital, com duração de 45 (quarenta e cinco) dias, prevendo uma verba para este exercício de campanha de R\$ 110.000,00 (cento e dez mil reais).

8. DA PROPOSTA DE PREÇOS – ENVELOPE Nº 04

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

ENVELOPE Nº 04

Proposta de Preços

RAZÃO SOCIAL E CNPJ DO LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 001/2017

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

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

8.4.A Proposta de Preço deverá conter:

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

- a) Percentual de desconto a ser concedido à PREFEITURA MUNICIPAL DE TAMANDARÉ, sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco. Será permitido um desconto mínimo de 5% (cinco por cento) e máximo de 30% (trinta por cento).
- b) Honorários (em percentual) de até 15% (quinze por cento), a serem cobrados da PREFEITURA, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada.

8.4.2. **Política de negociação:**

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

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

8.4.4. Declaração assinada pelo titular da licitante ou seu procurador legalmente designado se comprometendo a repassar a 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;

8.4.5. Declaração assinada pelo titular da licitante ou seu procurador legalmente designado, de que reverterá a PREFEITURA MUNICIPAL DE TAMANDARÉ, parcela do “desconto padrão de agência” a que fizer jus, no percentual máximo de

cada faixa (2%, 3% ou 5%, conforme o caso), indicada no ANEXO “B” – SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS / BENEFÍCIOS, constante das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, emitida pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão, com base no investimento bruto anual em mídia. Não será considerada qualquer oferta de vantagem não prevista neste Edital, nem preço ou vantagem baseada nas ofertas das demais licitantes. Em caso de divergência entre dados numéricos e valores por extenso, prevalecerá este último. Havendo erro de cálculo, a Subcomissão Técnica efetuará as retificações e considerará, para efeito de julgamento, o valor com as retificações efetuadas;

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

9. DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO

- 9.1. No dia, hora e local designados neste Edital, a CPL receberá os Envelopes Via Não Identificada (“01”), Via Identificada (“02”), Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (“03”) e de Preços (“04”).
- 9.2. As empresas licitantes participarão dos procedimentos desta licitação representados por pessoa devidamente credenciada, com poderes para manifestar-se sobre questões administrativas e técnicas de interesse de sua empresa. Iniciada a sessão de abertura, o Presidente da CPL irá declarar o encerramento do prazo para recebimento dos envelopes, após o que nenhum documento e/ou proposta será recebido pela CPL; pelo que se recomenda que todos os interessados estejam no local designado, minutos antes do horário previsto para o recebimento dos envelopes.
- 9.3. Todos os envelopes de proposta técnica e de proposta de preços, quando da abertura dos respectivos envelopes, serão rubricados pelos membros da CPL e pelos representantes legais das empresas licitantes, não cabendo posteriormente qualquer reclamação por parte daquela que se abster de rubricá-las.
- 9.4. Em seguida proceder-se-á à abertura dos envelopes Nº 01 – Via Não Identificada, que terão analisados todos os seus conteúdos pelos representantes credenciados e presentes à sessão, e serão por estes rubricados e também pelos membros da 1ª CPL, em seguida os representantes serão arguidos pela CPL sobre qualquer tipo de irregularidade verificada quando da análise de todo o material do envelope “01”; logo após serão abertos os envelopes Nº 03 - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, que também terão analisados todos os seus conteúdos pelos representantes credenciados e presentes à sessão, e serão por estes rubricados e também pelos membros da CPL, em seguida os representantes serão arguidos pela CPL sobre qualquer tipo de irregularidade verificada quando da análise de todo o material dos envelopes “03”.
- 9.5. Abertos os envelopes de Nº 01 e 03, todos os documentos serão rubricados pelos membros da CPL e pelos representantes legais das empresas licitantes, não cabendo posteriormente qualquer reclamação por parte daquela que se abster de rubricá-las, encerrando-se a sessão para, em caráter reservado, ser procedida a análise por parte da **Subcomissão Técnica**;

- 9.6. No mesmo dia, a CPL encaminhará os envelopes Nº 01 - Via Não Identificada e o Nº 03 - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, para que a **Subcomissão Técnica**, proceda ao julgamento de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado, considerando os itens para pontuação técnica definidos neste Edital, sendo divulgado o resultado de julgamento;
- 9.7. A licitação será processada e julgada de acordo com as Lei nº 12.232/2010, observando-se as disposições aplicáveis à licitação do tipo **TÉCNICA E PREÇO**. Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.
- 9.8. 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, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal de Tamandaré.
- 9.9. A escolha dos membros da subcomissão técnica deu-se através do chamamento público nº 002/2015, de acordo com disposições da Lei nº 12.232/2010.
- 9.10. A relação dos nomes dos inscritos no chamamento público nº 002/2015, foi publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da realizada a sessão pública marcada para o sorteio.
- 9.11. O sorteio foi processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com o critério estabelecido no **chamamento público nº 001/2017**.
- 9.12. A relação dos inscritos sorteados, que formam a subcomissão foi publicado na imprensa oficial do estado.
- 9.13. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preços.
- 9.14. Serão realizadas 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.
- 9.15. Concluída a fase de avaliação e classificação das Vias Não Identificadas e Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, a CPL procederá à abertura dos envelopes de Proposta Técnica – Via Identificada (envelope nº 02), de acordo com o estabelecido na alínea “a”, inciso VII, § 4º, art. 11 da Lei nº 12.232/2010, podendo na mesma reunião, divulgar as classificações dos licitantes nos quesitos “PROPOSTA TÉCNICA”;
- 9.16. A classificação das proponentes será feita de acordo com a soma das valorações do Plano de Comunicação Publicitária e da Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de acordo com os pontos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, para cada fator de avaliação.
- 9.17. A CPL poderá determinar a suspensão da sessão, desde que se faça necessária, não cabendo qualquer reclamação por parte das licitantes presentes.
- 9.18. A devolução dos envelopes contendo a Proposta de Preços dos concorrentes desclassificados dar-se-á após a homologação do julgamento do certame, mediante protocolo. Os envelopes não retirados em até 30 (trinta) dias corridos, contados da publicação do ato de homologação serão destruídos.

9.19. Para o julgamento das propostas serão observadas as regras da LC nº 123/2006, alterada pela LC nº 147/2014 para as ME ou EPP.

10. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

10.1. **As Propostas Técnicas (envelopes nº 01, 02 e 03)** serão julgadas, avaliadas e classificadas de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado definido neste Edital, aferindo-se a nota a partir do somatório dos pontos obtidos nos quesitos técnicos constantes da proposta do licitante, sendo certo que receberá **um máximo de 100 (cem) pontos**, distribuídos entre os diversos tópicos de julgamento, da seguinte forma:

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

ENVELOPE Nº 01

I	RACIOCÍNIO BÁSICO - MÁXIMO DE 10 (DEZ) PONTOS:	
a	Conhecimento das características gerais da PREFEITURA	2,0 (dois) pontos
b	Conhecimento genérico dos serviços prestados pela PREFEITURA	2,0 (dois) pontos
c	Adequada compreensão da linha de atuação específica da PREFEITURA, no âmbito da linha de atuação em questão	3,0 (três) pontos
d	Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação	3,0 (três) pontos
II	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO - MÁXIMO DE 20 (VINTE) PONTOS:	
a	Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas de comunicação da Prefeitura	6,0 (seis) pontos
b	Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa	4,0 (quatro) pontos
c	Desdobramentos desse conceito para a comunicação da entidade com seus públicos	4,0 (quatro) pontos
III	IDEIA CRIATIVA - MÁXIMO DE 20 (VINTE) PONTOS:	
a	Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha:	6,0 (seis) pontos
b	Capacidade de síntese da estratégia de comunicação	4,0 (quatro) pontos
c	Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida	4,0 (quatro) pontos
d	Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem	6,0 (seis) pontos
IV	ESTRATÉGIA DE MÍDIA - MÁXIMO DE 20 (VINTE) PONTOS:	
a	Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação	4,0 (quatro) pontos
b	Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia	5,0 (cinco) pontos
c	Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante.	5,0 (cinco) pontos
d	Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta	6,0 (seis) pontos

V CAPACIDADE DE ATENDIMENTO - MÁXIMO DE 20 (VINTE) PONTOS:		
a	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infra-estrutura, dos recursos materiais, pesquisas e informações disponibilizadas, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura.	10,0 (dez) pontos
b	Sistemática de atendimento, com clara indicação das obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento do licitante, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até sua criação, produto e veiculação.	10,0 (dez) pontos
VI REPERTÓRIO - MÁXIMO DE 10 (DEZ) PONTOS:		
a	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, clareza, qualidade de execução e acabamento.	5,0 (cinco) pontos
b	Relatos de soluções de problemas de comunicação (<i>case histories</i>), formalmente referendados pelos respectivos clientes, aferindo-os pelos quesitos de concatenação lógica da exposição, evidência de planejamento publicitário, consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução, relevância dos resultados apresentados.	5,0 (cinco) pontos

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

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

10.2.3. Para efeito de aferição da nota de cada quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como pontuação 05 (cinco) NÍVEIS DE NOTAS, de acordo com a seguinte escala referente à nota máxima de cada quesito ou subquesito e adotando as referências na tabela a seguir:

- Não abordado ou Erroneamente abordado – 0% da nota máxima
- Insuficientemente abordado – 20% da nota máxima
- Parcialmente abordado – 40% da nota máxima
- Satisfatoriamente abordado – 70% da nota máxima
- Plenamente abordado – 100% da nota máxima

REFERÊNCIA	NOTA	DETALHAMENTO
Não Abordado ou Erroneamente Abordado	0% da nota máxima	Quando a proposta não contempla ou contempla de forma errônea ou inadequada os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, ou seja, apresenta grandes desvios ou erros grosseiros e pouco compatíveis com os critérios estabelecidos no edital para os atributos a serem avaliados.
Insuficientemente Abordado	20% da nota máxima	Quando a proposta contempla de forma insuficiente os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, ou seja, apresenta grandes e relevantes desvios do solicitado, conforme critérios estabelecidos no edital para os atributos a serem avaliados.
Parcialmente Abordado	40% da nota máxima	Quando a proposta contempla de forma suficiente os aspectos relevantes que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, ou seja, apresenta pequenos e não relevantes desvios do solicitado, conforme critérios estabelecidos no edital para os atributos a serem avaliados.

Satisfatoriamente abordado	70% da nota máxima	Quando a proposta contempla satisfatoriamente os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, ou seja, apresenta pequenos desvios do solicitado, conforme critérios estabelecidos no edital para os atributos a serem avaliados.
Plenamente abordado	100% da nota máxima	Quando a proposta contempla integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, ou seja, não apresenta desvios do solicitado, conforme critérios estabelecidos no edital para os atributos a serem avaliados.

- 10.3. A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório.
- 10.4. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da subcomissão técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.
- 10.5. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura dos invólucros.
- 10.6. A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Subcomissão Técnica composta por profissionais com competência no ramo do objeto licitado designada mediante portaria, e que emitirá relatório com atribuição de notas às propostas.
- 10.7. As propostas técnicas serão classificadas pela ordem decrescente de pontuação, considerando o somatório de pontos atribuídos aos quesitos, limitado ao total máximo de **100 (cem) pontos**, respeitado o mínimo de **70 (setenta) pontos**.
- 10.8. Será desclassificada a proposta técnica que:
- Deixar de apresentar quaisquer documentos exigidos, ou apresentá-los em desacordo com o que foi exigido neste Edital;
 - Não obtiver a nota mínima de **70 (setenta) pontos**.

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

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

ITEM	DESCONTO E HONORÁRIO	NOTA
1	Desconto (em percentual) a ser concedido à PREFEITURA DE TAMANDARÉ, sobre os custos internos, baseados na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco.	NOTA = 2,0 x desconto Nota máxima: 60 pontos
2	Honorários (em percentual) a serem cobrados à PREFEITURA DE TAMANDARÉ, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros, sob a supervisão da contratada. Percentual máximo: 15%	NOTA = 5,0 x (15 - honorário) Nota máxima: 40 pontos

- 10.9.2. A nota da proposta de preços será obtida mediante o somatório das notas dos itens 01 e 02 da tabela constante do subitem acima, sendo considerada como proposta de menor preço aquela que obtiver o maior somatório das notas de preços dos itens 01 e 02 da tabela em referência;
- 10.9.3. Serão desclassificadas as propostas que deixarem de apresentar documentos ou apresentá-los em desacordo com as normas deste Edital, bem como as com preços manifestamente inexequíveis, observando-se o disposto no artigo 48 da Lei nº 8.666/93 e alterações;
- 10.9.4. Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios, ou de valor zero, ou incompatíveis com os preços de mercado, observado o disposto no § 3º do art.44 da Lei nº 8.666/93 e alterações.

11. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

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

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

- 11.2. A classificação das propostas far-se-á em ordem decrescente considerando os valores das Notas Finais;
- 11.3. No caso de empate, a Comissão procederá ao sorteio, em sessão pública, nos termos do §2º do artigo 45 da Lei nº 8.666/93 e alterações.

11.4. Serão desclassificadas as propostas de preços que:

- 11.4.1. Não atendam às exigências deste Edital e seus anexos;
- 11.4.2. Utilizem quaisquer elementos, critérios ou fator sigiloso, secreto, subjetivo ou reservado que possa ainda que indiretamente elidir o princípio da igualdade entre os licitantes;
- 11.4.3. Ofertem vantagem não prevista neste Edital, inclusive financiamento subsidiado ou a fundo perdido, ou preço ou vantagem baseada nas ofertas dos demais licitantes;

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

12. Julgamento da Documentação de Habilitação

- 12.1. Após a conclusão do julgamento das propostas Técnica e Preços e estabelecida a classificação final em ordem decrescente, serão recebidos e abertos **os envelopes de Documentações de Habilitação** apenas das empresas que tiverem as suas propostas classificadas, ou seja, cumpriram todas as exigências editalícias.
- 12.2. Aberto os envelopes em sessão pública, toda a documentação, bem como os envelopes, serão rubricados pelos membros da CPL e pelos representantes previamente credenciados na sessão inicial, e que estejam presentes a sessão.
- 12.3. Caso haja necessidade, a sessão poderá ser suspensa para que os membros da CPL possam fazer a análise da documentação em privado e posterior divulgação do resultado através de publicação no Diário Oficial do Estado de Pernambuco, para cumprimento dos prazos estabelecidos no art. 109 da Lei Federal nº 8666/93 e alterações.
- 12.4. Cumpridos os prazos recursais, a empresa participante do certame que estiver a maior nota final e que tenha sido considerada habilitada, será considerada classificada em primeiro lugar e vencedora do certame.

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

- 13.1. O prazo para execução do objeto desta licitação será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura do contrato, que ficará limitado, no que couber, anualmente ao valor correspondente a 1% (um por cento) da receita corrente líquida, nos termos do artigo 2º, IV, da Lei Complementar Federal nº 101, de 04 de maio de 2000, realizada no exercício, conforme dispõe a Lei Estadual 12.746 de 14.01.2005.
- 13.2. Na execução do objeto desta licitação não será permitida a prestação dos seguintes serviços: montagem de feiras e exposições;
- 13.3. Os serviços deverão ser executados, conforme venham a ser solicitados e previamente autorizados, devendo ser entregues, no prazo máximo de 15 (quinze) dias a contar da emissão da Ordem de Serviços emitida pelas Secretarias demandantes;
- 13.4. Todo serviço a ser prestado pela **CONTRATADA** deverá ser precedido da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, o qual, após aprovação da secretaria solicitante (**Interveniente do contrato**), gerará Ordem de Execução de Serviços a ser expedida pela Contratada, onde constarão às especificações dos serviços, os preços (planilhas de custos/orçamento) e os prazos de execução, devendo ser orçado, o valor de cada um dos serviços em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, à sua compatibilidade com os preços de mercado, sob pena de responsabilidade civil;
- 13.5. Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de veiculação, cópias das faturas e duplicatas quitadas, emitidas pelos fornecedores, nos prazos a seguir discriminados:
- a) comprovantes de veiculação até 15 (quinze) dias antes do pagamento;

- b) cópias das notas fiscais/faturas e duplicatas emitidas pelos fornecedores acompanhados do comprovante de quitação, até 10 (dez) dias após o efetivo pagamento efetuado pela PREFEITURA MUNICIPAL.
- 13.6. Os serviços deverão ser executados pela **CONTRATADA** com o fornecimento de toda mão-de-obra, materiais, equipamentos e demais despesas necessárias à execução do objeto, sendo permitida a subcontratação parcial dos serviços necessários ao cumprimento do objeto contratado, desde que previamente aprovada pelo Município, **estando vedada a sub-contratação de serviços afetos à criação/concepção das ações de publicidade.**
- 13.6.1. A **CONTRATADA** obrigará-se a apresentar no mínimo 3 (três) cotações de acordo com os preços praticados no mercado, como condição para cada subcontratação dos serviços de terceiros;
- 13.6.2. A **CONTRATADA** deverá comprovar a execução dos serviços subcontratados e arcar com os encargos de qualquer natureza deles decorrentes;
- 13.7. Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços (arte, fotolito, VT, filmes, etc.), inclusive fotos compradas para uso em *outdoor* ou peça gráfica, ficarão sob a guarda da **CONTRATADA**, mas disponíveis para a Prefeitura Municipal, durante a vigência do contrato, que poderá a seu critério, requisitar cópias dos originais para comprovação da prestação dos serviços e arquivo próprio, vedado à transferência a agentes de qualquer espécie ou uso, além das finalidades solicitadas em plano de campanha específica.
- 13.8. As imagens brutas captadas para realização de vídeos e filmes, durante a vigência do contrato, deverão ser cedidas a Prefeitura Municipal.
- 13.9. Quanto aos **DIREITOS AUTORAIS**, serão observadas as seguintes disposições:
- a) A empresa **CONTRATADA** cederá à **CONTRATANTE**, os direitos patrimoniais de uso de idéias (incluídos os estudos, análises e planos), peças publicitárias (fotos e material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, CDs, imagens brutas em filme ou VT, composições, arranjos, execução de trilha sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras modalidades de publicidade existentes ou que venham a ser inventadas de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato;
 - b) A empresa **CONTRATADA** se compromete a realizar por escrito a contratação de terceiros para produção de peças publicitárias e a prestação de outros serviços necessários ao cumprimento do objeto licitado, onde deverá explicitar a cessão a Prefeitura do uso das peças publicitárias e do material bruto, durante o prazo de vigência do contrato;
 - c) Toda e qualquer negociação feita pela **CONTRATADA** envolvendo subcontratação, deverá contar obrigatoriamente, com a participação de representante da **INTERVENIENTE/ CONTRATANTE**, com vistas à maximização dos bônus e descontos contratuais;
 - d) A futura **CONTRATADA** se compromete a negociar as melhores condições de preços até os percentuais máximos de 30% (trinta por cento) para os direitos de imagens e som de voz (atores, modelos e locutores) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilização pela **CONTRATANTE**, de peças publicitárias.
 - e) A futura **CONTRATADA** deverá comprovar a execução dos serviços subcontratados e arcar com os encargos de qualquer natureza deles decorrentes;
 - f) A futura **CONTRATADA** obrigará-se a apresentar no mínimo 3 (três) cotações de acordo com os preços praticados no mercado, como condição para cada subcontratação dos serviços de terceiros;

- g) Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2013.
- h) A futura CONTRATADA será responsável pelo controle da regularidade jurídica e fiscal das empresas por ela subcontratada, informando-as à CONTRATANTE por ocasião de sua prestação de contas, instruídas com as respectivas certidões;
- i) A futura **CONTRATADA** deverá proceder à retenção e recolhimento dos tributos devidos pelas empresas por ela subcontratada, quando a mesma revestir a condição de responsável tributário.

14. DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

- 14.1. Os pagamentos serão feitos por crédito bancário, nos moldes e prazos estabelecidos nos Anexos do presente edital, no prazo de até 30 (trinta) dias, contados a partir do atesto do responsável pelo recebimento do objeto nos documentos hábeis de cobrança.
 - a) Para execução do pagamento do que trata o item subitem 13.1, o licitante vencedor deverá fazer constar da Nota Fiscal correspondente, emitida, sem rasura, em letra bem legível em nome da Prefeitura Municipal de Tamandaré, CNPJ nº 01.596.018/0001-60, com as seguintes informações: o nome e o número do Banco, o nome e número da agência e o nome e número de sua conta-corrente.
 - b) A Nota Fiscal correspondente deverá ser entregue, pelo licitante vencedor, diretamente a secretaria solicitante, que somente atestará a execução e liberará a referida Nota Fiscal para pagamento, quando cumpridas, pelo licitante vencedor, todas as condições pactuadas.
 - c) Havendo erro na Nota Fiscal ou circunstâncias que impeçam a liquidação da despesa, àquela será devolvida e o pagamento ficará pendente até que o licitante vencedor providencie as medidas saneadoras. Nesta hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a regularização da situação ou reapresentação do documento fiscal não acarretando qualquer ônus para a secretaria solicitante.
- 14.2. As faturas deverão ser entregues na Prefeitura, sob o protocolo, até o 5º (quinto) dia útil do mês seguinte ao da prestação dos serviços faturados, devidamente acompanhadas de cópia de comprovantes de quitação das obrigações patronais referentes ao mês anterior da prestação dos serviços faturados. **Após análise técnica feita pelos respectivos secretários demandantes da contratação sobre os serviços realizados, que, se aprovados, as referidas faturas serão atestadas e enviadas ao setor financeiro da CONTRATANTE, para análise fiscal e posterior pagamento;**
- 14.3. Serão descontados, mensalmente, da Nota Fiscal/Fatura os valores decorrentes de multas eventualmente registradas;
- 14.4. A **CONTRATANTE** poderá sustar o pagamento de qualquer Nota Fiscal/Fatura, no todo ou em parte, caso a **CONTRATADA** não cumpra quaisquer das obrigações contratuais assumidas;
- 14.5. Os períodos de atraso por culpa da **CONTRATADA** e aqueles decorrentes de atrasos nos pagamentos, motivados pela não aprovação dos documentos de cobrança devido a incorreções por parte da **CONTRATADA**, não serão computados para efeito de atualização monetária de preços;

- 14.6. O pagamento fica condicionado à comprovação da regularidade fiscal da CONTRATADA, e no que couber, de suas respectivas subcontratada, devendo estas, apresentarem antes de cada pagamento, certidão negativa débitos, dentro do prazo de validade, junto às Fazendas Públicas Federal, Estadual e Municipal, CNDT, INSS e FGTS, sob pena de suspensão de pagamento;
- 14.7. Pelos serviços prestados, a **CONTRATADA** será remunerada da seguinte forma:
- 14.7.1. A **CONTRATADA** não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência, quando da utilização, pela **CONTRATANTE**, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato;
- 14.7.2. Sobre o valor das faturas de serviços de veiculação que tenham sido contemplados com “desconto de agência” não incidirão os honorários sobre os serviços e suprimentos externos contratados;
- 14.7.3. A **CONTRATADA** reverterá à **CONTRATANTE**, parcela do “desconto padrão de agência” a que fizerem jus, no percentual máximo de cada faixa (2%, 3% ou 5%, conforme o caso), indicada no ANEXO “B” – SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS / BENEFÍCIOS, constante das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, emitida pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão, com base no investimento bruto anual em mídia;
- 14.7.4. Na execução do contrato, a **CONTRATANTE** devidamente subsidiada pela **INTERVENIENTE** do contrato, deverá negociar com a **CONTRATADA**, a obtenção de percentual de reversão superior aos percentuais fixados no subitem anterior, com vistas a obter condições mais vantajosas para a Prefeitura, sendo obrigatória a comprovação documental de que a referida negociação foi realizada;
- 14.7.5. Os honorários sobre os custos comprovados dos serviços autorizados e executados por terceiros não deverão incidir sobre os tributos que forem adicionados aos preços desses serviços;
- 14.7.6. Na reutilização de peças publicitárias por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o cachê original a ser pago pela **CONTRATANTE** a atores, modelos e locutores, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será de **no máximo 30%** (trinta por cento); e
- 14.7.7. Na reutilização de peças publicitárias por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o valor dos direitos autorais de obras consagradas incorporadas a peças publicitárias a ser pago pela **CONTRATANTE** aos detentores desses direitos será de **no máximo 30%** (trinta por cento).

15. DO CONTRATO

- 15.1. Será firmado nos termos do **ANEXO VII** deste Edital, instrumento contratual entre a PREFEITURA MUNICIPAL DE TAMANDARÉ e a licitante vencedora da presente licitação.
- 15.2. O contrato terá vigência de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado, a critério da administração, mediante Termo Aditivo, até o limite previsto no Inciso II, do Art. 57, da Lei nº 8.666/93 e suas alterações;
- 15.3. Farão parte integrante do Contrato, como se transcrito:
- a) Edital e seus anexos;
 - b) Proposta de preços apresentada pela licitante vencedora;
 - c) Demais elementos integrantes do processo licitatório.

- 15.4. A **CONTRATANTE** convocará a licitante vencedora para assinar o Contrato, no prazo de até 5 (cinco) dias úteis, sob pena de não o fazendo, decair do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas na Lei nº. 8.666/93 e alterações.
- 15.5. É facultado à **Contratante**, quando a licitante vencedora convocada, não assinar o contrato no prazo e condições estabelecidas, convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pela primeira classificada, inclusive quanto aos preços atualizados de conformidade com o ato convocatório, ou revogar a licitação independente da cominação prevista no Artigo nº. 81 da Lei nº 8.666/93 e alterações.
- 15.6. Será exigida do licitante vencedor garantia de execução do contrato, no percentual correspondente a 5% (cinco por cento) do valor total da sua proposta de preços, conforme previsto no art. 56 da lei nº 8.666/93 e alterações, através de uma das seguintes modalidades de garantia:
- a) Na forma de fiança bancária, válida até 30 (trinta) dias após o término do prazo contratual, conforme exposto no subitem 15.2; ou
 - b) Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública; ou
 - I. No caso de Título da Dívida Pública, só serão aceitos aqueles emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central, e avaliados pelos seus valores econômicos, definidos pelo Ministério da Fazenda (Redação dada pela Lei nº 10.079/2004, de 31.12.2004);
 - II. No caso da garantia em espécie, deverá ser feito o depósito na C/C nº 40839-5 – Ag. nº 3924-1 – Banco do Brasil.
 - c) seguro-garantia, válida até 30 (trinta) dias após o término do prazo contratual, conforme subitem 15.2.
- 15.6.1. A apólice de garantia do contrato deverá ser apresentada para custódia na Comissão Permanente de Licitação anteriormente a data de assinatura do contrato, sob pena de não assinatura do contrato, sem prejuízo das sanções cabíveis.
- 15.6.2. Ocorrendo prorrogação na vigência do contrato, deverá a garantia apresentada ser revalidada, por período não inferior a trinta dias, após o novo prazo previsto para o encerramento do mesmo.
- 15.6.3. A garantia só será liberada após a conclusão do objeto desta licitação, mediante requerimento do interessado.
- 15.7. Dependendo da necessidade da **CONTRATANTE**, mediante formalização de termo aditivo, a **CONTRATADA** fica obrigada a aceitar, na vigência do instrumento contratual e nas mesmas condições nele estabelecidas, os acréscimos ou supressões previstas nos termos do Art. 65, §§ 1º e 2º da Lei Nº. 8.666, de 21 de junho de 1993 e alterações.

16. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

- 16.1. A recusa injustificada da adjudicatária em assinar o contrato dentro do prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da convocação, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-o às penalidades previstas na lei 8.666/93 e suas alterações.

17. DA IMPUGNAÇÃO OU ESCLARECIMENTO SOBRE O ATO CONVOCATÓRIO

- 17.1. Os interessados que desejarem quaisquer esclarecimentos, providências ou impugnação do texto editalício deverão fazê-lo por escrito, até o 2º dia útil anterior à data prevista para a entrega dos envelopes, no horário das 08h00min às 12h00min, na Sala da CPL, no endereço no preâmbulo deste edital ou rodapé.
- 17.2. Qualquer pedido de esclarecimento em relação a eventuais dúvidas no texto do presente Edital e/ou seus Anexos, deverá ser encaminhado, por escrito, ao Presidente da Comissão Permanente de Licitação da Prefeitura da Tamandaré.
- 17.3. Qualquer impugnação ao texto editalício deverá ser encaminhado, por escrito, ao Presidente da CPL e protocolado no endereço constante no rodapé, dentro do prazo legal vigente, acompanhado de documento que legitime o signatário a representar a empresa impugnante;
- 17.4. Eventuais recursos referentes a presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de cinco dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à autoridade competente por intermédio da que praticou o ato recorrido.

18. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

- 18.1. Os recursos administrativos, preparados em 01 (uma) via e necessariamente assinados por representante legalmente habilitado ou credenciado, deverão ser apresentados em original e nos prazos previstos na lei 8.666/93 e alterações, juntamente com cópia autêntica de documento que comprove a sua representatividade, salvo quando se tratar de diretor ou sócio, com a devida comprovação;
 - 18.1.1. Somente serão aceitos os recursos, eventualmente interpostos, que forem protocolados na sede da Prefeitura de Tamandaré, na sala da Comissão Permanente de Licitação, no endereço constante no preâmbulo deste Edital.
- 18.2. Faculta-se aos licitantes a interposição de recursos nos termos e prazos do art. 109 da lei 8.666/93 e alterações, conforme a seguir.
 - 18.2.1. Interposição de recurso, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da intimação do ato ou da lavratura da ata pela Comissão Permanente de Licitações.
- 18.3. Durante o prazo de recurso, os autos do processo estarão com vista franqueada aos licitantes interessados, na Comissão Permanente de Licitação, não sendo permitida, entretanto, a sua retirada do local sob qualquer hipótese.

19. DA ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

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

20. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

- 20.1. É facultada à Comissão Permanente de Licitação, em qualquer fase do processo, a promoção de diligências destinadas a esclarecer ou complementar a instrução do mesmo.
- 20.2. É competente o Foro da Comarca de Tamandaré, para discussões de litígio decorrentes da presente Licitação, com renúncia de qualquer outro, ainda que mais privilegiado.
- 20.3. As normas disciplinadoras desta licitação serão interpretadas em favor da ampliação da disputa, respeitada a igualdade de oportunidade entre os licitantes e desde que não comprometam o interesse público, a finalidade e a segurança da contratação.
- 20.4. O resultado do presente certame será divulgado no Diário Oficial do Estado de Pernambuco, bem como os demais atos pertinentes a esta licitação, passíveis de divulgação.
- 20.5. Qualquer modificação no Edital será divulgada pelo mesmo instrumento de publicação em que se deu o texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das propostas.
- 20.6. Nenhuma indenização será devida aos licitantes pela elaboração e/ou apresentação de quaisquer documentos relativos a esta licitação.
- 20.7. A inadimplência do(s) **licitante(s)**, com referência aos encargos, não transfere a responsabilidade por seu pagamento a PREFEITURA DE TAMANDARÉ, nem poderá onerar o objeto desta Concorrência; razão pela qual o **licitante vencedor** renuncia expressamente a qualquer vínculo de solidariedade, ativa ou passiva, com a PREFEITURA MUNICIPAL DE TAMANDARÉ.
- 20.8. A licitação poderá ser revogada ou anulada, nos termos previstos no Art. 49 da Lei Federal nº. 8.666/93 e alterações;
- 20.9. O licitante que se insurgir contra a decisão da Comissão Permanente de Licitação, através de recurso administrativo, por motivo banal e sem amparo legal, ficando caracterizada a sua intenção de tumultuar e atrasar o andamento do processo poderá, a critério da Administração, ser acionado judicialmente para reparar os danos causados à Administração em razão de sua ação procrastinatória

21. DOS CASOS OMISSOS

- 21.1. Os casos omissos neste Edital serão resolvidos nos termos da Lei nº 8.666 de 21.06.1993 e alterações, Lei nº 12.232/10, bem como pela Assessoria Jurídica do Município, Comissão Permanente de Licitação e Subcomissão Técnica formada por profissionais que farão o julgamento da Proposta Técnica.
22. De conformidade com o exposto na lei nº. 8.666/93, este Edital foi submetido e aprovado pela Assessoria Jurídica do Município.

23. Fazem parte deste Edital os seguintes anexos:

- **ANEXO I** – Termo de Referência;
- **ANEXO II** – Briefing
- **ANEXO III** – Modelo do Termo de Credenciamento do Representante da Licitante;

- **ANEXO IV** – Carta de Apresentação de Documentos de Habilitação;
- **ANEXO V** – Modelo de Declaração de Cumprimento do disposto no Art. 7º, Inciso XXXIII da Constituição Federal;
- **ANEXO VI** – Proposta de Preços e Valoração;
- **ANEXO VII** – Minuta do Contrato;

Tamandaré, 09 de agosto de 2017.

Sérgio Hacker Côrte Real
Prefeito

ANEXO I

TERMO DE REFERÊNCIA

1. INTRODUÇÃO

1.1. O presente documento tem por objetivo estabelecer o conjunto de requisitos para licitação com vistas à contratação de agência de publicidade e propaganda, para prestação dos serviços de publicidade, para atender as demandas da PREFEITURA DE TAMANDARÉ.

1.2. As informações aqui descritas formalizam o escopo da licitação para obtenção de propostas para a contratação desses serviços e estabelecem uma referência comum entre a futura contratada e o Município de Tamandaré.

2. OBJETO

2.1. Visa a contratação de agência de publicidade para criação de logomarca; planejamento, idealização, produção, execução de projetos e peças publicitários para planos de mídia e distribuição aos veículos; apoio a eventos educacionais, culturais, artísticos, marketing promocional e pesquisas; uso de novos instrumentos aviatórios na geração de conhecimento sobre o mercado, público-alvo, meios de divulgação e resultados de campanhas realizadas. Atendendo as necessidades do Município de Tamandaré, por meio das Secretarias demandantes;

2.2. A agência contratada atuará de acordo com solicitação da Contratante;

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

3. VALOR ESTIMADO PARA CONTRATAÇÃO

A Prefeitura Municipal de Tamandaré/PE fará a contratação dos serviços elencados no valor máximo estimado, de **R\$ 600,000,00** (seiscentos mil reais), dividido da seguinte forma:

- a) Gabinete do Prefeito R\$: 420.000,00 (quatrocentos e vinte mil reais);
- b) Secretaria de Saúde R\$: 30.000,00 (trinta mil reais);
- c) Secretaria de Educação R\$: 120.000,00 (cento e vinte mil reais);
- d) Secretaria de Assistência Social R\$: 30.000,00 (trinta mil reais).

4. PRAZO E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

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

a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco, conforme a proposta apresentada;

b) Honorários (em percentual) de até 15% (quinze por cento), conforme constante na proposta, a serem cobrados da PREFEITURA, incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada.

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

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

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

4.4.1. Na execução do(s) contrato(s), a **CONTRATANTE**, devidamente subsidiada pela **INTERVENIENTE** do contrato, deverá negociar com a **CONTRATADA** a obtenção de percentual de reversão superior aos percentuais fixados no subitem anterior, com vistas a obter condições mais vantajosas para a Prefeitura; sendo obrigatória a comprovação documental de que a negociação foi realizada.

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

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

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

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

a) Plano de Comunicação Publicitária;

b) Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

5.1. DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

O Plano de Comunicação Publicitária consistirá de um conjunto de textos que deve ser apresentado com um total de até **20 (vinte)** laudas, sendo que nenhum dos tópicos descritos no subitem 7.3.2 deve, isoladamente, ultrapassar o limite de cinco laudas. Além destes textos, os tópicos descritos nos subitens 6.7.3.3 (Ideia Criativa) e 6.7.3.4 (Estratégia de Mídia), permitem até 05 (cinco) anexos cada, inclusos no volume, que devem obedecer às recomendações dispostas em cada uma destas alíneas sem prejuízo das demais.

5.1.1. O plano versará sobre os seguintes tópicos:

5.1.2. Raciocínio Básico: **composto de um texto, em que o licitante deve expressar seu entendimento sobre a sistemática geral da Prefeitura Municipal de Tamandaré, sobre sua linha de atuação específica, e, ainda, sobre as suas necessidades de comunicação;**

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

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

5.1.2.3. **Estratégia de Mídia: com textos que evidenciem:**

- a) Conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público, apresentados sob a forma de texto adequado à mídia escolhida, permitida a inclusão, na forma de anexo, de tabelas analíticas, sobre os hábitos de comunicação do público definido nos *briefings* (ANEXO II) deste Edital; sendo limitado a 05 (cinco) o total de anexos deste tópico;
- b) Utilização dos recursos à disposição da linha de atuação, mediante texto em que se apresente a distribuição da verba nas rubricas de estudo e pesquisa, produção e veiculação, acompanhado da devida justificação e da inclusão de tabelas, como anexos, que sirvam de apoio aos argumentos oferecidos;
- c) Simulação de plano de distribuição das peças publicitárias de que trata a “ideia criativa”, indicada no subitem 8.5.2.3 acima, acompanhada de memória, no tamanho máximo de uma lauda, em que se explicitem e se justifiquem as premissas assumidas.

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

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

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

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

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

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

5.2.2. **O Repertório:** Composto de um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pelo licitante, sob forma de peças publicitárias com as respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver, devendo se apresentar da seguinte forma:

- a) Um DVD contendo **até 05** (cinco) comerciais para televisão;
- b) Um CD contendo **até 05** (cinco) spots e/ou jingles para rádio;
- c) Um conjunto de **até 05** (cinco) anúncios destinados à mídia impressa;
- d) Um conjunto de **até 05** (cinco) anúncios destinados à mídia online.

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

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

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

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

6. A Proposta de Preço ofertado deverá conter:

6.1. Itens sujeitos a valoração, contendo as informações constantes no anexo específico do Edital, indicando os percentuais em algarismos e por extenso, com os seguintes dados:

- a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco. Será permitido um desconto mínimo de 5% (cinco por cento) e máximo de 30% (trinta por cento).
- b) Honorários (em percentual) de até 15% (quinze por cento), conforme constante na proposta, a serem cobrados da PREFEITURA, incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada.

6.2. Política de negociação:

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

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

- c.1** Para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, arte-finalização e assemelhados), cessão durante a vigência do contrato, dos direitos patrimoniais de uso à Prefeitura;
- c.2** Para os direitos de imagem (atores e modelos) e de uso de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de vigência do contrato, com a definição de um percentual de até 30% do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso,
- c.3** Compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças publicitárias, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos;

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

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

6.5. Declaração assinada pelo titular da Empresa ou seu procurador legalmente designado, de que reverterá a PREFEITURA parcela do “desconto padrão de agência” a que fizer jus, no percentual máximo de cada faixa (2%, 3% ou 5%, conforme o caso), indicada no ANEXO “B” – SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS /BENEFÍCIOS, constante das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, emitida pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão, com base no investimento bruto anual em mídia;

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

7. DA CAMPANHA SIMULADA

7.1. Para efeito de avaliação, o(s) licitante(s) deverá(ão) apresentar uma campanha publicitária institucional simulada para a Prefeitura Municipal de Tamandaré, sobre o tema apontado no Briefing constante no ANEXO II deste Edital, com duração de 45 (quarenta e cinco) dias, prevendo uma verba para este exercício de campanha de R\$ 40.000,00 (quarenta mil reais).

8. PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

8.1. As propostas técnicas serão julgadas, avaliadas e classificadas de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado definido neste Edital, aferindo-se a nota a partir do somatório dos pontos obtidos nos quesitos técnicos constantes da proposta do licitante, sendo certo que receberá **um máximo de 100 (cem) pontos**, distribuídos entre os diversos tópicos de julgamento, da seguinte forma:

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

I	RACIOCÍNIO BÁSICO - MÁXIMO DE 10 (DEZ) PONTOS:	
a	Conhecimento das características gerais da PREFEITURA	2,0 (dois) pontos
b	Conhecimento genérico dos serviços prestados pela PREFEITURA	2,0 (dois) pontos
c	Adequada compreensão da linha de atuação específica da PREFEITURA, no âmbito da linha de atuação em questão	3,0 (três) pontos
d	Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação	3,0 (três) pontos
II	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO - MÁXIMO DE 20 (VINTE) PONTOS:	
a	Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas de comunicação da Prefeitura	6,0 (seis) pontos
b	Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa	4,0 (quatro) pontos
c	Desdobramentos desse conceito para a comunicação da entidade com seus públicos	4,0 (quatro) pontos
III	IDEIA CRIATIVA - MÁXIMO DE 20 (VINTE) PONTOS:	
a	Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha:	6,0 (seis) pontos
b	Capacidade de síntese da estratégia de comunicação	4,0 (quatro) pontos
c	Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida	4,0 (quatro) pontos
d	Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem	6,0 (seis) pontos
IV	ESTRATÉGIA DE MÍDIA - MÁXIMO DE 20 (VINTE) PONTOS:	
a	Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação	4,0 (quatro) pontos
b	Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia	5,0 (cinco) pontos
c	Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante.	5,0 (cinco) pontos
d	Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta	6,0 (seis) pontos

V	CAPACIDADE DE ATENDIMENTO - MÁXIMO DE 20 (VINTE) PONTOS:	
a	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infra-estrutura, dos recursos materiais, pesquisas e informações disponibilizadas, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura.	10,0 (dez) pontos
b	Sistemática de atendimento, com clara indicação das obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento do licitante, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até sua criação, produto e veiculação.	10,0 (dez) pontos
VI	REPERTÓRIO - MÁXIMO DE 10 (DEZ) PONTOS:	
a	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, clareza, qualidade de execução e acabamento.	5,0 (cinco) pontos
b	Relatos de soluções de problemas de comunicação (<i>case histories</i>), formalmente referendados pelos respectivos clientes, aferindo-os pelos quesitos de concatenação lógica da exposição, evidência de planejamento publicitário, consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução, relevância dos resultados apresentados.	5,0 (cinco) pontos

8.2.1. Para efeito de atribuição das notas, serão considerados como notas máximas os números de pontos indicados em cada quesito relacionado no subitem anterior; A nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero vírgula zero) ponto até a quantidade de pontos indicada em cada quesito;

8.2.2. A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Comissão Técnica designada pela Prefeitura, e que emitirá relatório com atribuição de notas às propostas;

8.2.3. Para efeito de aferição da nota de cada quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como pontuação 05 (cinco) NÍVEIS DE NOTAS, de acordo com a seguinte escala referente à nota máxima de cada quesito ou subquesito e adotando as referências na tabela a seguir:

- Não abordado ou Erroneamente abordado – 0% da nota máxima
- Insuficientemente abordado – 20% da nota máxima
- Parcialmente abordado – 40% da nota máxima
- Satisfatoriamente abordado – 70% da nota máxima
- Plenamente abordado – 100% da nota máxima

REFERÊNCIA	NOTA	DETALHAMENTO
Não Abordado ou Erroneamente Abordado	0% da nota máxima	Quando a proposta não contempla ou contempla de forma errônea ou inadequada os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, ou seja, apresenta grandes desvios ou erros grosseiros e pouco compatíveis com os critérios estabelecidos no edital para os atributos a serem avaliados.
Insuficientemente Abordado	20% da nota máxima	Quando a proposta contempla de forma insuficiente os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, ou seja, apresenta grandes e relevantes desvios do solicitado, conforme critérios estabelecidos no edital para os atributos a serem avaliados.
Parcialmente Abordado	40% da nota máxima	Quando a proposta contempla de forma suficiente os aspectos relevantes que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, ou seja, apresenta pequenos e não relevantes desvios do solicitado, conforme critérios estabelecidos no edital para os atributos a serem avaliados.
Satisfatoriamente abordado	70% da nota máxima	Quando a proposta contempla satisfatoriamente os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, ou seja, apresenta pequenos desvios do solicitado, conforme critérios estabelecidos no edital para os atributos a serem avaliados.
Plenamente abordado	100% da nota máxima	Quando a proposta contempla integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, ou seja, não apresenta desvios do solicitado, conforme critérios estabelecidos no edital para os atributos a serem avaliados.

8.3. A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório.

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

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

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

8.7. A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Comissão Técnica designada pela Prefeitura, e que emitirá relatório com atribuição de notas às propostas.

8.8. Será desclassificada a proposta técnica que:

a. Deixar de apresentar quaisquer documentos exigidos, ou apresentá-los em desacordo com o Edital;

b. Não obtiver a nota mínima de **70 (setenta) pontos**.

9. PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

9.1. Depois de verificado o cumprimento dos requisitos exigidos no Edital para as propostas técnica e de preço, será procedida a avaliação dos itens da proposta de preço, conjuntamente, de acordo com os critérios estabelecidos na tabela a seguir:

ITEM	DESCONTO E HONORÁRIO	NOTA
1	Desconto (em percentual) a ser concedido à PREFEITURA DE TAMANDARÉ, sobre os custos internos, baseados na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco.	NOTA = 2,0 x desconto Nota máxima: 60 pontos
2	Honorários (em percentual) a serem cobrados à PREFEITURA DE TAMANDARÉ, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros, sob a supervisão da contratada. Percentual máximo: 15%	NOTA = 5,0 x (15 - honorário) Nota máxima: 40 pontos

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

10. CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS (NOTA FINAL)

10.1. A classificação das propostas far-se-á de acordo com a média ponderada das valorações das propostas técnicas e de preço, conforme os pesos estabelecidos neste Termo de Referência, mediante a aplicação da seguinte fórmula:

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

10.2. A classificação das propostas far-se-á em ordem decrescente das Notas Finais;

10.3. A proposta classificada em **primeiro lugar**, com a maior nota final, será considerada vencedora do certame;

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

11. DIREITOS AUTORAIS

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

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

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

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

Tamandaré, 09 de agosto de 2017.

Givaldo José Lima Silva
Chefe de Gabinete

De acordo:

Sérgio Hacker Côrte Real
Prefeito

ANEXO II

Briefing

OBJETO

Contratação de agência de publicidade para criação de logomarca; planejamento, idealização, produção, execução de projetos e peças publicitários para planos de mídia e distribuição aos veículos; apoio a eventos educacionais, culturais, artísticos, marketing promocional e pesquisas; uso de novos instrumentos aviatórios na geração de conhecimento sobre o mercado, público-alvo, meios de divulgação e resultados de campanhas realizadas. Atendendo as necessidades do Município de Tamandaré, por meio das Secretarias demandantes.

CONCEITO

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

CENÁRIO

CONHECENDO O MUNICÍPIO DE TAMANDARÉ

Tamandaré é um município do litoral sul do estado de Pernambuco, na Mesorregião da Mata Pernambucana a 109 quilômetros ao sul da capital pernambucana. Segundo a estimativa do IBGE, sua população em 2014 era de cerca de 22.323 habitantes, sendo o 95º mais populoso município de Pernambuco. 73,23 % da população vive na zona urbana. O seu Índice de Desenvolvimento Humano (IDH-M) é de 0,593, sendo considerado como baixo em comparação ao valor estadual. Os meses chuvosos são maio e junho. A economia do município é baseada na produção agrícola, principalmente de cana-de-açúcar, e no turismo.

Tamandaré possui, ao todo, cinco praias em sua orla marítima. Praia das Campas, Tamandaré, Pontal do Lira e Boca da Barra. Além da mais conhecida, a praia dos Carneiros é considerada uma das mais bonitas do Brasil. Entre os muitos pontos históricos, encontra-se o Forte de Santo Inácio, um dos mais importantes marcos da história de Pernambuco, construído no final do século XVII. Na segunda metade do século XVI, Tamandaré não era mais do que uma praia selvagem, quando fazia parte das terras de Una e Rio Formoso. Ao contrário do que se pensa, foi o município que deu nome ao título do marquês de Tamandaré, o patrono da marinha brasileira. Tamandaré foi elevada a distrito em 1905. A emancipação do município é recente, tendo obtido sua separação de Rio Formoso em 28 de setembro de 1995.

COMUNICAÇÃO COMO FERRAMENTA

Numa organização pública o propósito é a sociedade e o bem comum a todos ou a maioria dos cidadãos. Para atingir esse fim, a comunicação se torna fundamental. É ela que mantém a sociedade informada sobre o andamento da gestão pública, suas decisões, investimentos, realização de obras e campanhas públicas. A ferramenta da comunicação pública é determinante para manter uma relação harmoniosa, de respeito e de confiança entre a gestão e a sociedade. Partindo dessa premissa, o governo municipal de Tamandaré reconhece a importância do uso da comunicação, através de uma campanha publicitária para atingir os objetivos relativos ao tema sugerido neste certame. O uso apropriado dessa ferramenta para aproximar a administração pública e a sociedade, aponta para excelentes possibilidades na posituação de resultados. É importante que todas as implicações e possibilidades das técnicas de comunicação sejam ponderadas e apontadas na estratégia criativa para que obtenhamos os melhores resultados.

O DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

O Município de Tamandaré, localizado na zona da mata sul de Pernambuco, assim como todos os mais de 5 mil municípios brasileiros, têm um inimigo público em comum: o mosquito *Aedes aegypti*. Popularizado como o mosquito da dengue, ele também transmite outras doenças como a chikungunya e o vírus zika. Todos os anos são gastos recursos na saúde para atendimentos, as doenças geram vítimas fatais, afastamento do trabalho, comprometimento da qualidade de vida, crianças nascem com microcefalia, entre outros. A única forma de combater o mal é acabando com os focos do mosquito.

Para este fim, o governo municipal de Tamandaré lança o desafio para que as empresas concorrentes desse pleito desenvolvam uma comunicação de esclarecimento e combate ao mosquito *Aedes aegypti* através de uma campanha publicitária com derivação em ações interdisciplinares que envolvam os diversos segmentos da administração municipal e os munícipes. A campanha deverá ter um cunho informativo, educativo e de estímulo de ação. Deverá mostrar ao público-alvo a importância da atitude individual, que cada pequeno gesto de prevenção de cada indivíduo é importante para a obtenção dos resultados. A comunicação deverá ser contundente na abordagem do problema mostrando a seriedade dos danos e a necessidade urgente de se combater o mosquito.

OS OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

- Mobilizar a população para combater, de forma efetiva, os focos de reprodução do mosquito *Aedes aegypti*;
- Esclarecer sobre os danos reais que o mosquito pode trazer com a transmissão das doenças;
- Informar, educar estimular ações que levem à mudanças de comportamento no sentido de erradicar os focos dos mosquitos, ;
- Mostrar a importância do engajamento individual. Não esperar pelo vizinho. Cada pessoa fazendo sua parte, junto com o município, é mais provável vencer o mosquito;
- Incentivar a multiplicação da informação.

A QUEM DEVEMOS COMUNICAR

- Toda a população do município de Tamandaré, de ambos os sexos, todas as classes sociais e graus de escolaridade e de faixa etária a partir da idade escolar do sistema de ensino municipal;
- Funcionários da prefeitura municipal de todas as secretarias e órgãos.
- À população estacionária (veraneios e turistas).

A PROBLEMÁTICA

A ação do mosquito *Aedes aegypti* é devastadora e todos os anos faz seus ciclos com vítimas em todo o País. Ele é o principal transmissor de três doenças que afetam toda a escala da população: a dengue, a chicungunya e o zica vírus. O governo municipal de Tamandaré entende que ações de controle ocorrem principalmente na esfera municipal e que o Combate ao mosquito *Aedes aegypti* é de responsabilidade dos órgãos públicos e de toda a população. A atual gestão municipal adota o comprometimento em debelar o problema envidando esforços próprios de comunicação, unindo forças com as ações federais e estaduais na busca por resultados positivos. Não existe tratamento específico para as três doenças. Medicamentos são feitos para aliviar os sintomas. É importante procurar um serviço de saúde mais próximo. A única forma de prevenção é acabar com o mosquito, mantendo o domicílio sempre limpo, eliminando os possíveis criadouros nas casas e locais vizinhos. O mosquito *Aedes aegypti* se reproduz em qualquer lugar que houver condições propícias (água parada limpa ou pouco poluída). A conscientização da população e a tomada de medidas para eliminar os criadouros e evitar a reprodução e proliferação do *aedes aegypti* são de fundamental importância para a redução e a possível erradicação desse transmissor. Não deixar água parada em pneus fora de uso, sobre lajes, calhas e vasos de plantas. Caixas e reservatórios de água devem ser limpos constantemente e mantidos sempre fechados. Piscinas não utilizadas devem ser secas; não descartar lixo em terrenos baldios e manter a lata de lixo sempre bem fechada. A população deve ser orientada sobre todas as medidas necessárias para prevenção da proliferação do mosquito. Alguma situação que não possa ser resolvida pelo cidadão deve ser comunicada a um agente público de saúde.

Apresentamos aqui alguns dados compilados da Agência Nacional de Saúde a fim de nortear a importância das empresas concorrentes mergulharem na temática. (1) A dengue é uma doença viral cuja principal forma de transmissão é pela picada dos mosquitos *Aedes aegypti*. A infecção pode ser assintomática, leve ou causar grave, levando à morte. Os principais sintomas são febre alta, dor de cabeça, dores no corpo e articulações, prostração, fraqueza, dor atrás dos olhos, erupção e coceira na pele. A forma grave da doença inclui dor abdominal intensa e contínua, vômitos persistentes, sangramento de mucosas, entre outros.

(2) A febre chikungunya é uma doença transmitida pelos mosquitos *Aedes aegypti* e *Aedes albopictus*. No Brasil, o vírus foi identificado em 2014. Chikungunya significa "aqueles que se dobram" em um dos idiomas da Tanzânia. Refere-se à aparência curvada dos pacientes que foram atendidos na primeira epidemia documentada no leste da África, entre 1952 e 1953. Os principais sintomas são febre alta, dores intensas nas articulações e músculos, dor de cabeça, e manchas vermelhas na pele. Não é possível ter chikungunya mais de uma vez. Cerca de 30% dos casos não apresentam sintomas.

(3) O zika é um vírus transmitido pelo *Aedes aegypti* e identificado pela primeira vez no Brasil em 2015. O vírus zika recebeu a mesma denominação do local de origem de sua identificação em 1947, na floresta zika, em Uganda. Os principais sintomas são dor de cabeça, febre baixa, dores leves nas articulações, manchas vermelhas na pele, coceira e vermelhidão nos olhos. Pode ocorrer inchaço no corpo, dor de garganta, tosse e vômitos. Formas graves e atípicas são raras, mas quando ocorrem podem, excepcionalmente, evoluir para óbito.

INVESTIMENTO E PERÍODO DA AÇÃO DE COMUNICAÇÃO ESPECÍFICA

- Período de campanha: 45 (quarenta e cinco dias).
- Recursos para ações off-line e on-line incluindo: criação, produção, veiculação e ações promocionais.

OBSERVAÇÕES FINAIS

Espera-se, no atendimento à solicitação deste certame, uma solução integrada de comunicação, plural, com incrementos de ações e que possa vir a resolver a problemática apresentada. Contudo, será observada, com exigência, a pertinência do uso das diversas ferramentas disponíveis no universo da comunicação no tocante à linguagem escrita e gráfica, com especial observância do conteúdo, tanto em quantidade quanto em qualidade, que se adeque e comunique de forma clara e certa ao público que se espera alcançar. É importante que se observe a relevância que a atual administração dá à comunicação e suas expectativas no uso dessa ferramenta. As empresas concorrentes devem demonstrar, na ideia criativa e no conteúdo apresentados, o domínio sobre as técnicas de comunicação e conhecimento aprofundado do tema solicitado.

NECESSIDADES DE COMUNICAÇÃO

A Prefeitura de Tamandaré, precisa interagir com os segmentos organizados da sociedade e com a população em geral de forma a buscar o engajamento num mesmo objetivo: o bem estar de todos e a construção de uma cidade harmonicamente voltada, em primeiro lugar para seus moradores, de forma justa e sustentada, mas também para os visitantes que aportam e respondem pela geração de mais trabalho e renda para os cidadãos da terra e divisas para a economia.

O desafio que se coloca para as participantes é a criação de uma campanha de valorização da saúde e autoestima dos cidadãos para que os mesmos se vejam partícipes da construção da CIDADE QUE QUEREMOS com aprofundamento do respeito às normas de convivência humana em uma cidade saudável.

Entende-se que se faz necessário privilegiar as mídias de massa para obter um resultado mais horizontal na percepção da comunicação pública, mas é importante não ignorar a audiência provocada pelas faixas socioeconômicas específicas. Cada qual com seus diversificados meios de acesso à informação.

Como também é primordial usar uma linguagem de fácil compreensão inserida nos códigos populares, mas não simplista ou popularesca. Ainda cabe ressaltar que é preciso trabalhar de forma adequada as chamadas novas mídias e as redes sociais articuladas em função delas.

É preciso, principalmente, ter em mente a vertente da publicidade que sirva como instrumento de construção e de reforço da cidadania, levando à sociedade o conceito da importância da participação de todos na busca por uma cidade mais saudável e melhor para se viver. Cabe assim, a cada participante deste certame a preocupação em formular, planejar e realizar estratégias de comunicação que atendam essa necessidade de transformar os programas e projetos do governo municipal em instrumento de estímulo à participação dos munícipes, colaborando para a afirmação da consciência cidadã.

SOLUÇÃO DO PROBLEMA

No quesito Ideia Criativa, as agências devem resolver um problema específico de comunicação, ou seja, a criação de uma campanha simulada que leve em conta os preceitos acima definidos para estimular os cidadãos a assumirem suas responsabilidades como partícipes de uma saúde de qualidade e da construção da nossa cidade.

CAMPANHA SIMULADA

A campanha simulada deve ser criada com o objetivo de disseminar a ideia da CIDADE QUE QUEREMOS e pode ser dividida em assuntos afins que estimulem o cidadão a manter e conservar os índices de saúde. Além disso, estimular a participação da população no processo de limpeza pública, especialmente na forma de guardar e aguardar a coleta, na separação dos materiais recolhidos pela coleta seletiva de lixo, na conservação da limpeza pública, na ajuda no combate à proliferação de doenças e, especialmente. Enfim, a campanha tem o objetivo claro e objetivo de mobilizar a população para um novo momento da cidade, que não será vitorioso sem a inclusão e a participação de todos.

Com isso ganham a cidade e seus moradores. Ganham o meio ambiente e a cidadania. Ganha o visitante que encontra uma cidade mobilizada para conquistar melhor qualidade de vida. Ganha a Prefeitura pela satisfação do povo e pela sensação de compromisso assumido e cumprido.

OBJETIVOS DE MARKETING

Diante dos elementos, projetam-se os objetivos de marketing desta solicitação, todos de natureza institucional. A proponente deve sugerir *indicadores* capazes de cumpri-los frente ao efetivo investimento a realizar.

Aprimorar as informações, por meio da comunicação, com elementos que destaquem a imagem da cidade.

Apresentar os serviços e benefícios de que a população necessita, com eficiência na comunicação visando o pleno esclarecimento para a sociedade.

Para efeito de planejamento de mídia a verba da campanha é de 40.000,00 (quarenta mil reais) e o período de veiculação será de 45 dias.

OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO

Apresentar soluções que consigam dar visibilidade para os serviços e informações para a sociedade, com foco no fortalecimento do relacionamento entre a administração pública e a população.

PÚBLICO-ALVO: sociedade organizada e população em geral

ABRANGÊNCIA: município de Tamandaré

PERÍODO DE DURAÇÃO: 45 dias

VERBA REFERENCIAL: 40.000,00 (quarenta mil reais)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta campanha as licitantes deverão agir de forma criativa, não apenas na produção das peças, mas principalmente no desenvolvimento de estratégias acessíveis e de baixo custo, que possam sensibilizar o máximo possível de pessoas.

ANEXO III

TERMO DE CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTE (MODELO)

Local e Data

À

Att.: COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Ref.: TERMO DE CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTE

Credenciamos junto à Prefeitura Municipal de Tamandaré, o Senhor (a)....., (nacionalidade, estado civil, profissão), portador da cédula de Identidade nº..... expedido pela, devidamente inscrito no Cadastro de Pessoas Físicas do Ministério da Fazenda, sob o nº....., residente à rua, nº, como mandatário, para representar a empresa, podendo praticar todos os atos necessários concernentes ao Processo Licitatório n.º 016/2017 – Concorrência nº 001/2017, da COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO, que tem como objeto a Contratação de agência de publicidade para criação de logomarca; planejamento, idealização, produção, execução de projetos e peças publicitários para planos de mídia e distribuição aos veículos; apoio a eventos educacionais, culturais, artísticos, marketing promocional e pesquisas; uso de novos instrumentos aviatórios na geração de conhecimento sobre o mercado, público-alvo, meios de divulgação e resultados de campanhas realizadas. Atendendo as necessidades do Município de Tamandaré, por meio das Secretarias demandantes, de acordo com o Termo de Referência (**ANEXO I**) e Briefing (**ANEXO II**) do Edital; ao qual outorgamos amplos poderes, inclusive para interpor recursos, quando cabíveis, transigir, desistir, renunciar e assinar atas e documentos, praticando, desta forma, todos os atos indispensáveis para nossa participação no presente processo licitatório.

Atenciosamente,

Empresa

Assinatura do representante legal (indicar nome e cargo)
(em papel timbrado da licitante)

ANEXO IV

CARTA DE APRESENTAÇÃO DE DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (MODELO)

Local e Data

À

Att.: COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Ref.: DOCUMENTOS PARA HABILITAÇÃO

Senhor Presidente da Comissão Permanente de Licitação,

Em cumprimento ao disposto no Edital da Concorrência nº 001/2017 – Processo Licitatório nº 016/2017, que tem como objeto a Contratação de agência de publicidade para criação de logomarca; planejamento, idealização, produção, execução de projetos e peças publicitários para planos de mídia e distribuição aos veículos; apoio a eventos educacionais, culturais, artísticos, marketing promocional e pesquisas; uso de novos instrumentos aviatórios na geração de conhecimento sobre o mercado, público-alvo, meios de divulgação e resultados de campanhas realizadas. Atendendo as necessidades do Município de Tamandaré, por meio das Secretarias demandantes, de acordo com o Termo de Referência (**ANEXO I**) e Briefing (**ANEXO II**), do Edital, encaminhamos para apreciação de V.Sas. os documentos abaixo discriminados:

(Descrever os documentos da habilitação do presente Edital).

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

Atenciosamente,

Empresa (Identificação)
Assinatura do representante legal (Indicar nome e cargo)
(em papel timbrado da Licitante)

ANEXO V

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

Local e Data

À

Att.: COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Ref.: DOCUMENTOS PARA HABILITAÇÃO

Senhor(a) Presidente da Comissão Permanente de Licitação,

A empresa, CNPJ para fins de participação no Processo Licitatório n.º 016/2017 – Concorrência n.º 001/2017, que tramita perante a PREFEITURA DE TAMANDARÉ, que tem como objeto a Contratação de agência de publicidade para criação de logomarca; planejamento, idealização, produção, execução de projetos e peças publicitários para planos de mídia e distribuição aos veículos; apoio a eventos educacionais, culturais, artísticos, marketing promocional e pesquisas; uso de novos instrumentos aviatórios na geração de conhecimento sobre o mercado, público-alvo, meios de divulgação e resultados de campanhas realizadas. Atendendo as necessidades do Município de Tamandaré, por meio das Secretarias demandantes, de acordo com o Termo de Referência (**ANEXO I**) e Briefing (**ANEXO II**) do Edital; por intermédio de seu representante legal o (a) Sr (a) portador(a) da Carteira de Identidade n.º. e do CPF n.º., **DECLARA**, sob as penas da lei, para atender o disposto no inciso V do art. 27 da Lei n.º. 8.666, de 21 de junho de 1993, acrescido pela Lei n.º. 9.854, de 27 de outubro de 1999, não possuir em seu quadro de pessoal, empregados menores de 18 (dezoito) anos, em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e de menores de 16 (dezesesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos, nos termos do inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal.

Atenciosamente,

Empresa (Identificação)
Assinatura do representante legal (Indicar nome e cargo)
(em papel timbrado da Licitante)

ANEXO VI

PROPOSTA DE PREÇOS E VALORAÇÃO (MODELO)

Local e Data

À

Att.: COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Ref.: CONCORRÊNCIA Nº 001/2017 / PROCESSO LICITATÓRIO Nº 016/2017

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

1. Objeto: Constitui objeto da presente a Contratação de agência de publicidade para criação de logomarca; planejamento, idealização, produção, execução de projetos e peças publicitários para planos de mídia e distribuição aos veículos; apoio a eventos educacionais, culturais, artísticos, marketing promocional e pesquisas; uso de novos instrumentos aviatórios na geração de conhecimento sobre o mercado, público-alvo, meios de divulgação e resultados de campanhas realizadas. Atendendo as necessidades do Município de Tamandaré, por meio das Secretarias demandantes, de acordo com o Termo de Referência (**ANEXO I**) e Briefing (**ANEXO II**) do Edital;

2. Remuneração proposta:

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

a) percentual de **desconto** a ser concedido a PREFEITURA, sobre os **custos internos**, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco: _____%(por extenso);

b) **honorários** (em percentual) de até 15% (quinze por cento) a serem cobrados da PREFEITURA, incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada: _____% (por extenso).

3. Política de negociação: (descrever nos termos do Edital de licitação)

- a)
- b)
- c)

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

- a)
- b)
- c)

5. Demais declarações:

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

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

5.3. Declaramos que reverteremos ao contratante, 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 das Normas-Padrão, com base no investimento bruto anual em mídia.

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

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

Recife, ___ de _____ de 2017.

Empresa (Identificação)
Assinatura do representante legal (Indicar nome e cargo)
(em papel timbrado da Licitante)

ANEXO VII

PROCESSO Nº 016/2017

CONCORRÊNCIA/TÉCNICA E PREÇO Nº 001/2017

MINUTA DE CONTRATO Nº ____/2017

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING, QUE CELEBRAM O MUNICÍPIO DE TAMANDARÉ/PE xxxxxxxxxxxxxxxx, E DE OUTRO LADO, A EMPRESA, NA FORMA ABAIXO ADUZIDA.

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), 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 prestação de serviços técnicos de publicidade, propaganda, planejamento de comunicação e marketing, tudo de acordo com o Processo Licitatório Nº. 016/2017, na modalidade Concorrência Nº 001/2017 do tipo Técnica e Preço, o que fazem nos termos das cláusulas e condições adiante expressas.

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

Contratação de agência de publicidade para criação de logomarca; planejamento, idealização, produção, execução de projetos e peças publicitários para planos de mídia e distribuição aos veículos; apoio a eventos educacionais, culturais, artísticos, marketing promocional e pesquisas; uso de novos instrumentos aviatórios na geração de conhecimento sobre o mercado, público-alvo, meios de divulgação e resultados de campanhas realizadas. Atendendo as necessidades do Município de Tamandaré, por meio das Secretarias demandantes, de acordo Termo de Referência (anexo I) e Briefing (anexo II).

CLÁUSULA SEGUNDA - DO PRAZO DA EXECUÇÃO

5.2 O prazo de vigência será de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado, a critério da administração, mediante Termo Aditivo, até o limite previsto no Inciso II, do Art. 57, da Lei nº 8.666/93 e suas alterações.

CLÁUSULA TERCEIRA – DO PREÇO E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

O valor global ESTIMADO para a prestação do serviço do objeto deste contrato é de:
O valor global estimado para a contratação será de **R\$: 600.000,00 (seiscentos mil reais)**.

- a) Gabinete do Prefeito R\$: 420.000,00 (quatrocentos mil reais);
- b) Secretaria de Saúde R\$: 30.000,00 (trinta mil reais);
- c) Secretaria de Educação R\$: 120.000,00 (cento e vinte mil reais);
- d) Secretaria de Assistência Social R\$: 30.000,00 (trinta mil reais).

já inclusos todos os custos e encargos referentes a execução do objeto inclusive, transporte, administração, mão-de-obra de carregamento e descarregamento, encargos sociais e trabalhistas, impostos, licenças, taxas de qualquer natureza e outros quaisquer que, direta ou indiretamente, impliquem ou venham a implicar no fiel cumprimento deste instrumento.

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

Parágrafo Segundo – A contratada apresentou antes da assinatura do contrato, a garantia contratual nos termos do art. 56, na forma de __espécie ou seguro garantia ou fiança bancária__ no valor de 5% (cinco por cento) do valor máximo estimado pela administração, válida até 30 (trinta) dias após o término do prazo contratual.

CLÁUSULA QUARTA - DAS DOTAÇÕES ORÇAMENTÁRIAS

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

Gabinete do Prefeito: 02.01. 0412202002.201 - Gestão Técnica e Administrativa do Gabinete do Prefeito. 33903999 – Outros Serviços de Terceiro – Pessoa Jurídica.

Secretaria de Saúde: 02.04. 1012202102.223 – Gestão Técnica e Administrativa da Secretaria de Saúde. 33903999 – Outros Serviços de Terceiro – Pessoa Jurídica.

Secretaria de Educação: 02.05. 1236118802.224 – Manutenção de Ensino Fundamental. 33903999 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa jurídica.

Secretaria de Assistência Social: 02.07. 0812202102.244 – Gestão Técnica e Administrativa da Secretaria de Assistência Social. 33903999 – Outros Serviços de Terceiro – Pessoa Jurídica.

CLÁUSULA QUINTA – EXECUÇÃO DO SERVIÇO

Parágrafo Primeiro – A execução do contrato deverá ser efetuada com estrita observância do estabelecido no texto da Concorrência nº 001/2017 e seus respectivos anexos, obedecendo-se às exigências contidas em suas especificações, bem como estar de acordo com a legislação pertinente ao objeto ora contratado, sujeitando-se ainda, sem quaisquer restrições, ao cronograma e prazos pré-estabelecidos na referida Ordem de Serviços.

Parágrafo Segundo – A execução fica condicionada à prévia emissão e apresentação da Ordem do início do serviço pela CONTRATANTE à CONTRATADA.

Parágrafo Terceiro – Nos preços contratados encontram-se incluídas todas as despesas decorrentes de fretes, seguros, taxas, impostos e encargos sociais que incidam ou que venham a incidir direta ou indiretamente sobre o objeto ora contratado.

Parágrafo Quarto - Nos termos do art. 67 da Lei 8666/93 e alterações, as Secretarias solicitantes com os respectivos Secretários fiscalizarão e acompanharão a execução do Contrato.

Parágrafo Quinto - A CONTRATADA ficará obrigada a refazer os serviços que vierem a ser recusados e, cujo recebimento não importará sua aceitação.

Parágrafo Sexto – A contratada se sujeitará ao que preconiza a lei nº 8.666/93 bem como às demais cláusulas contratuais.

Parágrafo Sétimo - Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

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

Parágrafo Oitavo - As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

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

Parágrafo Nono - As agências contratadas deverão, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

CLÁUSULA SEXTA – DOS ENCARGOS

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

CLÁUSULA SÉTIMA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

A **CONTRATADA** obrigar-se-á:

- a) Executar os serviços de acordo com as orientações da Prefeitura;
- b) Responder Civil e criminalmente pela qualidade e execução dos serviços que executar por si ou seus prepostos;
- c) Contratar pessoal e profissional técnicos, bem como arcar com os encargos trabalhistas, tributários e previdenciários e demais despesas decorrentes da prestação dos serviços;
- d) Executar os serviços atendendo às necessidades e determinações da Prefeitura, constantes deste edital e seus anexos, utilizando pessoal devidamente qualificado;
- e) Observar toda a legislação e normas técnicas aplicáveis ao serviço;
- f) Utilizar os documentos e informações disponibilizadas pelo município exclusivamente para a realização dos serviços objeto deste processo licitatório, guardando sigilo quanto aos mesmos.
- g) Caso haja necessidade de alterar os prazos previstos na execução dos serviços, por culpa não imputável à contratante de que resulte a paralisação dos serviços ou a necessidade de serviços adicionais pela contratada, os custos correspondentes serão devidos à contratada.
- h) Responsabilizar-se pelos ônus resultantes de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos, ocorridos por culpa sua ou de qualquer de seus empregados e prepostos, obrigando-se, outrossim por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais movidas por terceiros, que lhe venham a ser exigidas por força de Lei, ligadas ao cumprimento do presente Edital e do Contrato que vier a ser assinado;
- i) Em nenhuma hipótese veicular publicidade ou qualquer outra informação acerca das atividades objeto desta Concorrência, sem prévia autorização da Administração da Prefeitura de Tamandaré;
- j) Manter, durante a vigência do contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação; e
- k) Prestar esclarecimentos à Administração sobre eventuais atos ou fatos noticiados que a envolvam, independentemente de solicitação.

CLÁUSULA OITAVA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

Caberá a administração:

- a) Prestar toda e qualquer informação necessária e pertinente à execução do serviço;
- b) Fiscalizar e acompanhar a execução do serviço, e,
- c) Efetuar os pagamentos nas condições pactuadas.

CLÁUSULA NONA – DA RESCISÃO

Constitui motivo para rescisão do presente Contrato, assegurado o contraditório e a ampla defesa, a ocorrência de qualquer das hipóteses prevista nos Art. 77 e 78, da Lei Federal nº 8.666/93 e alterações, desde que cabíveis à presente contratação, resguardadas as prerrogativas conferidas por esta Lei Federal à **PREFEITURA**, consoante o que estabelece o Art. 58, bem como nas formas e condições previstas no Art. 79 da mesma Lei.

CLÁUSULA DÉCIMA – DAS PENALIDADES

Parágrafo Primeiro - Pela inexecução total ou parcial do objeto do presente Instrumento contratual, a **PREFEITURA** poderá, sem prejuízo do disposto nos Art. 86, 87 e 88 da Lei 8.666/93, garantida a prévia defesa, aplicar ao contratado as seguintes sanções, após regular processo administrativo:

- a) Por atraso injustificado:
 - I. Multa de 0,3% ao dia até o trigésimo dia, incidente sobre o valor da nota de empenho ou documento equivalente;
 - II. Multa de 0,6% ao dia, a partir do 31º dia de atraso, incidente sobre o valor da nota de empenho ou documento equivalente, sem prejuízo da rescisão do contrato a partir do 60º dia de atraso;
- b) Por infração a cláusula contratual que não gere inexecução do contrato:
 - I. Multa de 5% sobre o valor da nota de empenho ou documento equivalente.
- c) Por inexecução total do contrato:
 - I. Advertência;
 - II. Multa de 20% sobre o valor total do contrato;
 - III. Suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com a Administração por prazo não superior a 02 (dois) anos;
 - IV. Declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição, ou até que seja promovida a reabilitação da empresa desde que ressarcidos os prejuízos sofridos pela Administração e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base na alínea anterior.
- d) Multa de 20% por recusa injustificada em receber ou retirar a nota de empenho ou documento equivalente, dentro do prazo de 05 (cinco) dias, contados da notificação.
- e) O prazo para apresentação de defesa encontra-se indicado no art. 87, §§1º e 2º da Lei nº. 8.666/93 e alterações.

Parágrafo Quarto – A cobrança de multa será feita mediante desconto na fatura ou, não sendo possível obter o seu valor, judicialmente.

Parágrafo Quinto – As multas de que trata esta Cláusula serão entendidas como independentes e cumulativas.

Parágrafo Sexto – Na hipótese de rescisão por qualquer dos motivos previstos no art. 78 da Lei 8666/93 e suas alterações, desde que cabíveis à presente contratação, será aplicada multa de 10% (dez por cento) do valor total do contrato.

Parágrafo Sétimo – Na aplicação de qualquer penalidade à CONTRATADA, será assegurado o direito a ampla defesa, devendo qualquer contestação sobre a aplicação de sanções ser feita por escrito, na forma do Art. 109 da Lei 8.666/93 e alterações.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DO FORO

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

E, por estarem, assim, justas e acordadas, firmam o presente em 03 (três) vias de igual teor e forma, para um só efeito jurídico e legal, na presença de 02 (duas) testemunhas, que no final também o subscrevem.

Tamandaré/PE,dede 2017.

CONTRATANTE

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

RG/MF N°.

RG/MF N°.