

EDITAL DE LICITAÇÃO RETIFICADO CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 001/2022 PROCESSO LICITATÓRIO Nº 008/2022 PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 009/2022	
OBJETO	Contratação de serviços de publicidade e propaganda, planejamento de publicidade a serem prestados por agência de publicidade e propaganda, para atender demandas da PREFEITURA DE CAMARAGIBE, de acordo com o Termo de Referência (ANEXO I) e Briefing (ANEXO II), deste Edital
TIPO	Técnica e Preço
RECURSOS	SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO
VALOR ESTIMADO	O valor máximo para a execução dos serviços que compõem a planilha é de: R\$ 800.000,00 (OITOCENTOS MIL REAIS).
SESSÃO PÚBLICA:	Dia 08 de abril de 2022, a partir das 11:00h.
Horário de recebimento dos Envelopes:	Até 2h anterior ao horário da sessão pública (até as 09h do dia 08 de abril de 2022)
LOCAL DA SESSÃO PÚBLICA:	Videoconferência, realizadas através do software Google Meet, com transmissão em tempo real pela plataforma Youtube (canal oficial da Prefeitura de Camaragibe), na Sala de Reuniões da Comissão Permanente de Licitações, situada à Avenida Dr. Belmino Correia nº 3038, 1º andar – TIMBI – CAMARAGIBE/PE – CEP: 54768-000.
CONTATO	E-mail: cpl@camaragibe.pe.gov.br Telefone: (81) 2129-9532
PUBLICIDADE DO EDITAL E ANEXOS	O Edital e anexos estão disponíveis no menu "Processo Licitatório" da página do Portal da Transparência da Prefeitura Municipal na internet: http://transparencia.camaragibe.pe.gov.br/app/pe/camaragibe/1/licitacoes e pode ser solicitado pelo e-mail da CPL: cpl@camaragibe.pe.gov.br .

**EDITAL DE LICITAÇÃO REFITICADO - CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 001/2022
PROCESSO LICITATÓRIO N° 008/2022**

PROCESSO ADMINISTRATIVO N° 009/2022

O MUNICÍPIO DE CAMARAGIBE, pessoa jurídica de direito público interno, inscrita no CNPJ/MF sob nº 08.260.663./0001-57, com sede na Av. Belmino Correia, 3038 – Timbí, nesta cidade, através do SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação - CPL da Prefeitura Municipal de Camaragibe/PE, designada por meio da Portaria n.º 01/2022 de 03 de Janeiro de 2022, leva ao conhecimento dos interessados que, realizará a licitação sob a modalidade de CONCORRÊNCIA PÚBLICA, do tipo "TÉCNICA E PREÇO", na forma de execução indireta, visando a prestação de serviços de publicidade e propaganda, planejamento de publicidade a serem prestados por agência de publicidade e propaganda, para atender demandas da PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMARAGIBE, com fundamento nas Leis nºs 12.232/2010 de 29/04/2010 e subsidiariamente pela Leis nºs 8.666/1993 e 4.680 de 18/06/1965, DECRETO N° 23, DE 01 DE JULHO DE 2020, legislações, posteriores, obedecidas as condições fixadas neste Edital e seus Anexos.

DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

I - Em razão da reconhecida pandemia da COVID-19 e em atendimento às recomendações dos profissionais da saúde e das autoridades governamentais, as sessões presenciais deste certame ocorrerão por videoconferência, realizadas através do software Google Meet, serviço de comunicação por vídeo desenvolvido pela empresa Google;

**II - O acesso aos procedimentos para uso da ferramenta pelos licitantes será feita pelos seguintes endereços eletrônicos:
<<http://transparencia.camaragibe.pe.gov.br/app/pe/camaragibe/1/avisos-de-licitacao>>
<<http://transparencia.camaragibe.pe.gov.br/app/pe/camaragibe/1/licitacoes>>;**

III - Cada licitante interessado em participar da sessão pública deverá solicitar o link da reunião, enviando seus dados ao e-mail da Comissão Permanente de Licitações da Prefeitura municipal de Camaragibe, qual seja cpl@camaragibe.pe.gov.br. O mencionado órgão público enviará o respectivo link de acesso aos interessados com antecedência mínima de 1 (uma) hora da abertura da sessão pública";

IV - Os interessados em participar do certame deverão encaminhar os envelopes 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA; 2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA; 3 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO e 4 - PROPOSTA DE PREÇOS à Comissão Permanente de Licitações, na forma descrita neste instrumento convocatório (item 6), pelos correios, com aviso de recebimento, sendo consideradas a data e hora da entrega para fins de comprovação da tempestividade;

V - O horário limite para a entrega dos envelopes será até às 8 horas do dia 19 do mês de abril do ano de 2022 e deverão ser encaminhados ao seguinte endereço: sala de reuniões da Comissão Permanente de Licitações – Av. Dr. Belmino Correia, nº 3.038 – 1º andar – Timbi – Camaragibe/PE – CEP: 54.768-000.

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

Avenida Dr. Belmino Correia, N° 3038 1º andar – Timbi – Camaragibe-PE – CEP:54768-000

CNPJ/MF N° 08.260.663/0001-57 – Tel: (81) 2129-9532 – www.camaragibe.pe.gov.br e cpl@camaragibe.pe.gov.br

VI. A fim de possibilitar à população o acompanhamento sem qualquer ônus da sessão pública, esta também será transmitida, em tempo real, na plataforma YouTube. O link de acesso à transmissão será divulgado no Portal da Transparência da Prefeitura municipal de Camaragibe, nas abas "Avisos de Licitações em Andamento"

(<http://transparencia.camaragibe.pe.gov.br/app/pe/camaragibe/1/aviso-de-licitacao>) e "Processos de Licitação" (<http://transparencia.camaragibe.pe.gov.br/app/pe/camaragibe/1/licitacoes>).

VII. Será realizada a transmissão por videoconferência, em tempo real, de todos os procedimentos de abertura dos envelopes contendo a documentação relativa à habilitação dos licitantes, de verificação da conformidade de cada proposta com os requisitos do edital e de julgamento e classificação das propostas.

VIII. Ao final da transmissão será lavrada ata da sessão da qual constarão os dados dos licitantes, os locais em que se encontram e a confirmação de sua presença no ato, a tempestividade da remessa da documentação e todos os fatos e ocorrências da sessão.

IX. Em caso de suspensão da sessão para análise e julgamento da documentação, o resultado deverá ser divulgado através de publicação no Diário Oficial dos Municípios do Estado de Pernambuco, nos termos da Lei Municipal nº 531/2013, sem prejuízo das demais disposições contidas na Lei Federal nº 8.666/93.

X. Os arquivos referentes à sessão pública de videoconferência serão salvos em meio eletrônico, de modo a possibilitar o total acesso e manifestação dos interessados, através de link de acesso a ser divulgado na sessão pública e no Portal da Transparência da Prefeitura, momento em que, inclusive, começará a fluir o prazo de eventual recurso.

1. OBJETO

1.1 – Constitui objeto da presente CONCORRÊNCIA PÚBLICA, a contratação de serviços de publicidade e propaganda, **planejamento de publicidade** a serem prestados por agência de publicidade e propaganda, para atender demandas da PREFEITURA DE CAMARAGIBE, de acordo com o Termo de Referência (ANEXO I) e Briefing (ANEXO II), deste Edital, conforme descrição a seguir:

1.1.1 - Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;

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

c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pelas agências contratadas.

1.1.1.1 - As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.1.1 terão a finalidade específica de:

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

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

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

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

1.2. Para realização dos serviços contidos no objeto desta licitação, será contratada uma (01) agência de propaganda, declarada vencedora da concorrência, nos termos do resultado de julgamento das propostas.

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

1.4. O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será propriedade da PREFEITURA DE CAMARAGIBE, 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. DOS PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS

2.1. Somente a Comissão de Licitação está autorizada a prestar oficialmente informações ou esclarecimentos a respeito desta Concorrência. As eventuais informações de outras fontes não serão consideradas como oficiais.

2.2. Os interessados poderão obter informações complementares sobre a licitação, enviando correspondência à Comissão de Licitação, situada na Sala de Reuniões da Comissão Permanente de Licitações, situada à Avenida Dr. Belmino Correia nº 3038, 1º andar – TIMBI – CAMARAGIBE/PE – CEP: 54768-000, de segunda a sexta-feira, no horário de **08h00min as 13h00min horas, em até 5 (cinco) dias úteis** antes da data de recebimento dos envelopes. A Comissão enviará cópia das respostas, incluindo um resumo da pergunta, a

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

Avenida Dr. Belmino Correia, N° 3038 1º andar – Timbi – Camaragibe-PE – CEP:54768-000

CNPJ/MF N° 08.260.663/0001-57 – Tel: (81) 2129-9532 – www.camaragibe.pe.gov.br e cpl@camaragibe.pe.gov.br

todos os licitantes que tenham adquirido este instrumento convocatório diretamente da Comissão de Licitação. Se, como resultante dos esclarecimentos, a Comissão de Licitação considerar necessário modificar o Edital, reabrirá o prazo conforme especificado no parágrafo seguinte.

2.3. A solicitação de informações não motivará prorrogação da data da Licitação, salvo se a juízo da Comissão de Licitação forem substanciais. Neste caso a Comissão de Licitação reabrirá o prazo de **05 (cinco) dias úteis** entre a comunicação aos interessados e a data de recebimento dos Envelopes.

2.4. A Comissão de Licitação não assume responsabilidade alguma relacionada com propostas de licitantes que não obtiveram este Edital e seus Anexos diretamente com a Comissão de Licitação. Em consequência, não serão aceitos protestos ou reclamações de licitantes em relação a tais documentos e suas emendas, se houver.

3. CONDIÇÕES GERAIS DA LICITAÇÃO

3.1. Das Fontes de Recursos

3.1.1. Os serviços, objeto desta licitação, correrão à conta da seguinte dotação orçamentária/ programação financeira:

1 **PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMARAGIBE**

20 **PODER EXECUTIVO**

20 28 **SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO**

202800 **SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO**

24 Comunicações

24 **122** Comunicação Social

24 **122 1056 DIVULGAÇÃO E INFORMAÇÃO AO CIDADÃO**

24 122 1056 3.3.90.39.00 OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PESSOA JURÍDICA.

3.2. Valor Global

3.2.1. Tendo como referência as ações publicitárias e os preços praticados no mercado com base, justamente, conforme tabela anexa (ANEXO II) da SINAPRO (Tabela com preços das agências de publicidade de Pernambuco), verificou-se que o valor estimado da referida contratação é de R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais).

3.3. Prazos

3.3.1. Prazo de validade da proposta: **60 (sessenta) dias corridos**, contados a partir da data da sua apresentação, que ocorrerá no dia da sessão de abertura deste certame licitatório.

3.3.2. O prazo de execução dos serviços e de vigência do contrato é de **12 (doze) meses**, a ser contados a partir da PUBLICIDADE da assinatura do instrumento de contrato, podendo ser prorrogados conforme o disposto no art. 57, II, § 1º e §2º da Lei Federal nº 8.666/93 e suas alterações.

3.3.3. A licitante vencedora será convocada para assinar o instrumento de contrato, devendo fazê-lo no prazo máximo de até 05 (cinco) dias consecutivos, contados a partir da data da convocação oficial, sob pena de decair o direito à contratação, nos termos do art. 64 da Lei Federal nº 8.666/93 e suas alterações.

3.4. Do Regime de Execução

3.4.1. O regime de execução será indireta nos termos da lei 12.232/2010.

4. DAS CONDIÇÕES GERAIS DE PARTICIPAÇÃO:

4.1. Somente poderão participar desta Licitação as pessoas jurídicas legalmente constituídas e estabelecidas no País, que satisfaçam o conceito de Agência de Propaganda, nos termos da Lei n.º4.680 de 18/06/65 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento perante o Conselho Executivo de Normas-Padrão (CENP), ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda conforme determina a Lei 12.232/10.

4.2. 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.

4.3. Estão impedidas de participação e serão inabilitadas as licitantes:

- a) que estejam impedidas de licitar, contratar ou transacionar com a Administração Pública de Camaragibe ou quaisquer de seus órgãos descentralizados;
- b) que se encontrem sob falência, concordata, concurso de credores, dissolução ou liquidação;
- c) que tenham sido declaradas, temporária ou permanentemente inidôneas por ato do Poder Público;
- d) que tenham sido enquadradas nas disposições do Art. 9º da Lei Federal nº 8.666/93;

e) cujos diretores, responsáveis técnicos ou sócios sejam funcionários, empregados ou ocupantes, de cargo comissionado na PREFEITURA DE CAMARAGIBE de acordo com o disposto no inciso III, do artigo 9º, da Lei Federal nº. 8.666, de 21.06.93;

f) constituída sob a forma de consórcio ou agrupamentos de pessoas.

Não foi permitida a participação de empresas organizadas em consórcio neste certame, pois esta determinação respeita e legítima a forma como o mercado está organizado, evitando que empresas que não possuam capacidade, experiência ou competência participem do processo licitatório.

4.3.1 Para a análise das condições de participação das licitantes, especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação, será realizada a consulta Consolidada de Pessoa Jurídica do Tribunal de Contas da União: <https://certidoes-apf.apps.tcu.gov.br/>.

4.3.2 Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

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

5. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

5.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Permanente de Licitação documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

5.1.1. Os documentos mencionados no subitem 5.1 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as **Propostas Técnica** e de **Preços** e comporão os autos do processo licitatório.

5.1.2. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original para permitir que a Comissão Permanente de Licitação ateste sua autenticidade.

5.1.3. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo III. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão Permanente de Licitação cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

5.2. A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

5.3. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção dos envelopes credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

5.4. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Permanente de Licitação, na data, hora e local indicados nas disposições preliminares acima.

6. DA FORMA DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS E DOCUMENTAÇÃO

6.1 - No dia, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital, os licitantes deverão entregar, diretamente à Comissão Permanente de Licitação, 04 (quatro) envelopes distintos contendo: 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA; 2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA; 3 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO e 4 - PROPOSTA DE PREÇOS.

6.2. Os licitantes interessados em participar do certame podem entregar os envelopes com o **credenciamento, a documentação e as propostas**, no protocolo da Prefeitura Municipal de Camaragibe, no endereço constante do **inciso IV DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES** deste edital, atentando para as datas e horários finais para recebimento dos mesmos. A correspondência deverá ser endereçada com aviso de recebimento para a Comissão de Licitação no endereço indicado e conter os envelopes acima mencionados, além das declarações complementares, com antecedência mínima de 2 (duas) horas do momento marcado para abertura da sessão pública.

6.2.2. HORÁRIO, DATA E LOCAL PARA INÍCIO DA SESSÃO PÚBLICA: 19 do mês de abril do ano de 2022, e o acesso aos procedimentos para uso da ferramenta pelos licitantes será feita pelos seguintes endereços eletrônicos: <<http://transparencia.camaragibe.pe.gov.br/app/pe/camaragibe/1/avisos-de-licitacao>> e <<http://transparencia.camaragibe.pe.gov.br/app/pe/camaragibe/1/licitacoes>>.

6.3 - Os envelopes devem ser dirigidos à Comissão Permanente de Licitação da PREFEITURA DE CAMARAGIBE, **contendo, ainda, em seu bojo, mídia digital (CD/DVD) com toda a documentação já devidamente digitalizada**, da seguinte forma:

6.3.1- ENVELOPE nº 1 - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – (VIA NÃO IDENTIFICADA)

<p style="text-align: center;">PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMARAGIBE COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 004/2021</p>

6.3.1.1- Só será aceito o PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA que estiver acondicionado no envelope padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela PREFEITURA DE CAMARAGIBE.

6.3.1.2 - O envelope padronizado deverá ser retirado pela interessada de segunda a sexta-feira, das 8h às 13h na Comissão Permanente de Licitação da PREFEITURA DE CAMARAGIBE,

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

localizada Avenida Dr. Belmino Correia, Nº 3038 1º andar – Timbi – Camaragibe-PE – CEP:54768-000.

6.3.1.3 - O envelope padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.

6.3.1.4 - O **ENVELOPE nº 1** deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

6.3.1.5 - Para preservar – até a abertura do **ENVELOPE nº 2** – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o ENVELOPE nº 1 não poderá:

a) ter nenhuma identificação;

b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

6.3.2 - **ENVELOPE nº 2 - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA**

6.3.2.1 - O ENVELOPE nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

<p>PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMARAGIBE COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 004/2021 ENVELOPE N.º 02 –PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE</p>
--

6.3.2.2 - O ENVELOPE nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

6.3.3 - ENVELOPE nº 3 - PROPOSTA TÉCNICA - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO.

6.3.3.1 - O ENVELOPE nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMARAGIBE
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 004/2021
ENVELOPE N.º 03 –PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE

6.3.3.2 - O ENVELOPE nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

6.3.3.3 - O ENVELOPE nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do ENVELOPE nº 2.

6.3.4 - ENVELOPE nº 4 - PROPOSTA DE PREÇOS

6.3.4.1 - O ENVELOPE nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMARAGIBE
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 004/2021

6.3.4.2 - O ENVELOPE nº 4 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

6.3.5. Em nenhuma hipótese serão recebidas documentações e propostas fora do prazo estabelecido neste Edital ou ainda encaminhadas por outra forma que não a delineada neste instrumento convocatório.

6.4 As informações e esclarecimentos necessários ao perfeito conhecimento do objeto desta licitação poderão ser obtidos no Portal da Transparência da Prefeitura Municipal na internet: <http://transparencia.camaragibe.pe.gov.br/app/pe/camaragibe/1/licitacoes> ou solicitar ao responsável pela expedição do instrumento convocatório.

6.5 A Comissão de Licitação encaminhará, por e-mail, as respostas às dúvidas suscitadas pelo licitante interessado, tornando-as públicas, para conhecimento de todos os cidadãos, mediante divulgação no portal Portal da Transparência da Prefeitura Municipal na internet: <http://transparencia.camaragibe.pe.gov.br/app/pe/camaragibe/1/licitacoes>.

6.6. Todas as dúvidas deverão ser comunicadas por escrito, diretamente à COMISSÃO DE LICITAÇÃO, no endereço constante no instrumento convocatório ou por e-mail cpl@camaragibe.pe.gov.br.

6.7. A sessão pública da licitação ocorrerá por meio de videoconferência e terá início no dia, hora e local estipulados neste edital.

6.8. Os atos públicos poderão ser assistidos por qualquer pessoa, mas somente deles participarão ativamente os licitantes ou representantes credenciados, conforme edital (DO CREDENCIAMENTO), não sendo permitida a intercomunicação entre eles, nem atitudes desrespeitosas ou que causem tumultos e perturbem o bom andamento dos trabalhos.

6.9. A fim de possibilitar à população o acompanhamento sem qualquer ônus da sessão pública, esta também será transmitida, em tempo real, na plataforma YouTube. O link de acesso à transmissão será divulgado no Portal da Transparência da Prefeitura municipal de Camaragibe, nas abas "Avisos de Licitações em Andamento" (<http://transparencia.camaragibe.pe.gov.br/app/pe/camaragibe/1/aviso-de-licitacao>) e "Processos de Licitação" (<http://transparencia.camaragibe.pe.gov.br/app/pe/camaragibe/1/licitacoes>).

6.10 Abertos os trabalhos dessa reunião pelo Presidente da Comissão, não serão recebidos outros documentos ou propostas, nem serão permitidos adendos ou alterações nas que tiverem sido apresentadas, ressalvada a faculdade de a Comissão promover diligências para a obtenção de informações e esclarecimentos complementares de quaisquer das empresas licitantes.

7. REPRESENTAÇÃO

7.1 - As credenciais dos licitantes que se fizerem representar legalmente nas sessões públicas referentes à licitação, através de procuração pública ou particular, com firma reconhecida em cartório, ou ato constitutivo, estatuto ou contrato social, deverão ser apresentadas juntamente com documento de identidade do representante e do sócio.

7.1.1 - As credenciais devem ser apresentadas em separado dos ENVELOPES n°s 01, 02, 03 e 04 e serão anexadas ao processo, em envelope com a seguinte identificação:

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMARAGIBE
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 004/2021
CREDENCIAMENTO

7.1.2 A procuração poderá ser lavrada de acordo com o modelo constante do ANEXO III deste Edital.

7.1.3 - É vedada a representação de mais de um licitante por um mesmo representante legal ou procurador no processo licitatório.

7.2 - Os licitantes que não se fizerem representar ou cujos representantes não portarem documentos que os credenciem e os identifiquem não poderão assinar atas, rubricar documentos ou praticar outros atos relativos à licitação.

7.3. Os documentos de credenciamento deverão ser apresentados separadamente dos documentos de habilitação, ou seja, caso algum documento de credenciamento também seja exigido para fins de habilitação, deverão ser apresentadas duas vias do mesmo documento, sendo certo que uma via deverá ser apresentada no credenciamento e a outra via deverá constar dentro do Envelope de Habilitação.

7.3.1 A documentação para participação neste certame poderá ser apresentada em original, por qualquer processo de cópia autenticada por Cartório competente ou, excepcionalmente, pelo Presidente ou por um dos membros da Comissão Permanente de Licitação ou por publicação em órgão de imprensa oficial, ou ainda, extraídos via internet.

7.3.2 Os documentos emitidos via internet por órgãos ou entidades públicas e suas cópias reprográficas dispensam autenticações e, em caso de não apresentação ou deficiência nas informações constantes no documento apresentado, os mesmos poderão ser obtidos via internet durante a sessão. A Administração não se responsabilizará pela eventual indisponibilidade dos meios eletrônicos de informações, no momento da verificação da habilitação. Ocorrendo essa indisponibilidade e não sendo apresentados os documentos alcançados pela verificação, o licitante será inabilitado.

7.3.3 Fica reservado à Comissão Permanente de Licitação – CPL o direito de solicitar o original de qualquer documento sempre que tiver dúvida e julgar necessário.

7.4 Nos casos em que a validade da documentação não esteja expressa, a comissão considerará prazo de **90 (noventa)** dias, a contar da data de sua emissão, podendo, ainda, diligenciar junto ao Órgão emissor, salvo se outra validade for estabelecida em Lei.

8. DA PROPOSTA TÉCNICA – ENVELOPES N°s 01, 02 e 03

8.1 - A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada em 4 (quatro) quesitos: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO e RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO e com os subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
I – Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
II – Capacidade de Atendimento	
III – Repertório	
IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

8.1.1 - A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

8.2 - QUESITOS

8.2.1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras. Deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos RACIOCÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, IDEIA CRIATIVA e ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA, elaborado com base no Termo de Referência - ANEXO I, no *Briefing* - ANEXO II e nas orientações do Edital, observadas as seguintes disposições:

a) Formatação realizada conforme subitem 8.4.1 a seguir;

b) Elaboração em 2 (duas) vias, quais sejam:

b.1) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;

b.1.1) será vedada a aposição, a qualquer parte da VIA NÃO IDENTIFICADA do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do envelope da Via Identificada;

b.1.2) o envelope destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido pela PREFEITURA DE CAMARAGIBE, sem nenhum tipo de identificação;

b.1.3) O envelope padronizado com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só será recebido pela Comissão Permanente de Licitação se não apresentar marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante;

b.2) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

b.2.1) A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa;

8.3 – SUBQUESITOS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

8.3.1 - Raciocínio Básico: composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as necessidades de comunicação publicitária da PREFEITURA DE CAMARAGIBE, o desafio de comunicação e os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressos no *Briefing*.

8.3.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: constituída de texto em que o licitante apresentará as linhas gerais das propostas para suprir o desafio de comunicação e alcançar

os objetivos, gerais e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expresso no briefing compreendendo:

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

8.3.3 – Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, conforme briefing, observadas as seguintes disposições:

- a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, com comentários sobre a construção criativa de cada peça e ou material, podendo ser em texto corrido ou tópicos, a critério dos licitantes;
- b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária;
- c) os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 8.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material e a seu detalhamento no caso das peças não corporificadas que eventualmente irão compor a campanha;
- d) Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 8.3.3 estão limitados a 5 (cinco), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, podendo ser apresentados sob qualquer forma impressa – desde roteiro, layout e ou storyboard impressos, para qualquer meio; descritivos e gráficos impressos para protótipo; detalhamento impresso de roteiros para realização de peças destinadas a rádio e internet;

- I. Todos os exemplos devem ser apresentados em substrato papel, conforme demais normativas do certame.
- II. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado na forma 'exemplificada', a relação prevista na alínea 'a' do **subitem 8.3.3** deverá ser elaborada em dois blocos (de texto ou de tópicos, conforme escolha da licitante): um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante que não será exemplificado.
- III. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, sem suporte e/ou

passer-partout. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

- IV. Cada peça e ou material impresso deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, roteiro de filme TV, roteiro de spot para rádio, anúncio em revista, frames de banner para internet, etc.) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do **subitem 8.3.3**

e) Para fins de cômputo das peças que podem apresentadas 'exemplificadas', até o limite de que trata a alínea 'a' do **subitem 8.3.3**, devem ser observadas as seguintes regras:

- I. as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- II. cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- III. peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de fingers – entre outros), apenas será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;
- IV. um hotsite e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- V. um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- VI. um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- VII. um hotsite cuja página de abertura e/ou demais páginas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado apenas uma peça.

8.3.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia constituída de:

a) Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no *Briefing*, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) Conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público alvo, apresentados sob a forma de texto, permitida a inclusão de tabelas;

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

d) Simulação de plano de distribuição das peças de que trata a alínea "ideia criativa", acompanhada de memória, em que se explicitem e se justifiquem as premissas assumidas.

8.3.4.1- Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de distribuição das peças e ou material;

- b)** as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c)** os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d)** os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e)** as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- f)** os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;
- g)** os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

8.3.4.2 - Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art.11 da Lei nº 4.680/1965;

c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

8.4 - Formatação do Plano de Comunicação Publicitária

8.4.1 - O caderno específico que compõe o PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA deverá observar a seguinte formatação:

- a) Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;
- b) Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, ambas em branco.
- c) Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato;
- d) Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- e) Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) Espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) Alinhamento justificado do texto;
- h) Texto e numeração de páginas em fonte “arial”, cor “automático”, tamanho “12 Pontos”;
- i) Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos.

8.4.2 - Os textos do RACIOCÍNIO BÁSICO, da ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA e da relação de peças e ou material prevista no subitem de IDEIA CRIATIVA estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.

8.4.3 - Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA não têm limitação quanto ao número de páginas.

8.4.4 - Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto IDEIA CRIATIVA deverão ser apresentados separadamente (soltas) do caderno de que trata o **subitem 8.4.1.** Podem ser apresentados em papel A3 dobrado, sem suporte e ou *passe-partout*, observado o disposto na alínea b.1.3 no **subitem 8.2.1.**

8.4.5 - As tabelas e gráficos integrantes dos subquestos RACIOCÍNIO BÁSICO e ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA poderão:

- a) ser editados em cores;
- b) ter seu conteúdo editado com a fonte "arial", tamanho "10 pontos";
- c) ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) páginas para efeito do subitem **8.4.2.**

8.4.6 - As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA poderão:

- a) ser editados em cores;
- b) ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem e orientação específica;
- c) ser apresentados em papel A3 dobrado.

8.4.7 - O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA, deverá constituir-se em **CÓPIA DA VIA NÃO IDENTIFICADA, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa**, com a identificação da licitante e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.5 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

A Licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação

8.5.1 - Capacidade de Atendimento: tanto geral, considerando-se a totalidade dos setores do licitante, quanto específica, no que diz respeito ao setor de atendimento propriamente dito. Esse tópico, a ser abordado sob a forma de textos sem anexos, deve incluir:

a) Quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor da licitante (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;

a.1) a qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;

a.2) os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia do CONTRATANTE.

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, produção e veiculação.

c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;

d) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

8.6 – REPERTÓRIO

A Licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da Licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.6.1 - O repertório é composto por um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pelo licitante, na 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;

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

8.6.3 - Serão considerados trabalhos veiculados registrados a partir de 01 de janeiro de 2008.

8.6.4- Serão vedados os trabalhos que tiverem qualquer referência direta ou indireta à PREFEITURA DE CAMARAGIBE.

8.6.5- Com exceção daquele(s) apresentado(s) pelas agências vencedoras desta

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

Licitação, os demais repertórios serão devolvidos aos Licitantes no prazo de 30 (trinta) dias contados da data da publicação do resultado final da licitação, conforme solicitação do licitante, **sob pena de serem destruídos.**

8.7 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

A Licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da Licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.7.1 - A licitante deverá apresentar, 2 (dois) relatos de soluções de problemas de comunicação, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

8.7.2 - As propostas de que trata o subitem anterior devem ter recebido a autorização para sua produção ou ter sido veiculada a partir de 1º de janeiro de 2008.

8.7.3 - Os relatos deverão estar devidamente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a PREFEITURA DE CAMARAGIBE seja ou tenha sido signatária.

8.7.4 - A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pelo licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.

8.7.5 - Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função.

8.7.6 - Para cada relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

- a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows;
- b) as peças gráficas poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não;
- c) Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

9. DA PROPOSTA DE PREÇOS – ENVELOPE N° 04

9.1. A Proposta de Preços deverá ser apresentada de forma impressa em papel timbrado da licitante, em **02 (duas) vias**, através de edição eletrônica de textos, sem emendas, ou rasuras, com todas as páginas numeradas, rubricadas e a última, datada e assinada pelo titular da licitante ou procurador legalmente designado, contendo ainda razão social, endereço e CNPJ da licitante e atendendo aos requisitos abaixo.

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

a) Carta de Apresentação da Proposta de Preços, conforme o modelo fornecido (**ANEXO VI** deste Edital);

b) Data de formulação da oferta, validade da proposta (não inferior a 60 dias) 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.**

9.2. A Proposta de Preço deverá conter:

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

a) Percentual de desconto a ser concedido à PREFEITURA DE CAMARAGIBE sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco;

b) Honorários (em percentual) de até 15% (quinze por cento), a serem cobrados da à PREFEITURA DE CAMARAGIBE, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da(s) contratada(s).

9.2.2. 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.

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

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

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

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

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

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

9.3. 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.

9.4. Não será considerada qualquer oferta de vantagem não prevista neste Edital, nem preço ou vantagem baseada nas ofertas das demais licitantes.

9.5. Em caso de divergência entre dados numéricos e valores por extenso, prevalecerá este último. Havendo erro de cálculo a Comissão de Licitação efetuará as retificações e considerará, para efeito de julgamento, o valor com as retificações efetuadas.

10. DA HABILITAÇÃO – ENVELOPE N° 05

10.1. O envelope, contendo a documentação relativa à habilitação deverá ser apresentada apenas pelas empresas classificadas, mediante convocação por parte da Comissão de Licitação. O envelope deverá ser apresentado fechado, inviolado, rubricados, contendo, ainda, em seu bojo, mídia digital (CD/DVD) com toda a documentação já devidamente digitalizada e identificado da seguinte forma:

<p>PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMARAGIBE COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 004/2021 ENVELOPE N.º 05 – DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO</p>
--

10.2. Os documentos exigidos para a habilitação deverão ser apresentados em uma única via em original, ou cópia autenticada por cartório ou publicação na imprensa oficial, ou ainda, serem autenticadas por membro da Comissão de Licitação.

10.3. Na hipótese de autenticação por parte da Comissão de Licitação as fotocópias deverão vir acompanhadas dos respectivos originais e apresentadas à Comissão de Licitação para a necessária autenticação. As cópias reprográficas dos documentos poderão ser autenticadas pela Comissão de Licitação, **até o último dia útil anterior à data marcada para o recebimento e abertura dos envelopes de documentação, no horário de 08h00min as 13h00min.** A Comissão de Licitação não procederá à autenticação de documentos no dia da sessão.

10.4. No envelope de habilitação, deverão constar obrigatoriamente a Carta de Apresentação dos Documentos para Habilitação, conforme modelo fornecido (**ANEXO IV deste Edital**) e os documentos adiante relacionados, **dentro dos seus respectivos prazos de validade**, sob pena de inabilitação.

10.4.1 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, 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 Assembléia 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;

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

f) Cédula de identidade ou documento equivalente com foto do sócio administrador responsável pela empresa licitante.

10.4.2 Regularidade Fiscal

a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ/MF;

b) Prova de inscrição no Cadastro de Inscrição Municipal relativo ao domicílio ou sede da

licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto deste Edital, dentro do prazo de validade;

c) Prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, inclusive em relação à dívida ativa do Instituto Nacional do Seguro Social–INSS, mediante a apresentação de certidões específicas e conjuntas expedidas pela Secretaria da Receita Federal e Procuradoria Geral da Fazenda Nacional, referente aos tributos federais e à Dívida Ativa da União (Decreto nº 6.420, de 01 de abril de 2008);

d) Comprovantes de regularidade fiscal para com as Fazendas Estadual e Municipal, do domicílio ou sede da empresa Licitante;

e) A regularidade trabalhista será comprovada pela inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), expedida gratuitamente e eletronicamente, nos termos da Lei 12.440, de 07/07/2011.

f) Certificado de Regularidade, perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (**FGTS**), através da apresentação do CRF – Certificado de Regularidade do FGTS, emitido pela Caixa Econômica Federal.

10.4.3. Qualificação Econômico-Financeira

a) Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanço provisórios.

a1) Serão considerados aceitos como na forma da lei o balanço patrimonial e demonstrações contábeis assim apresentados:

Sociedades Anônima (S/A):

- Publicados em Diário Oficial; ou
- Publicados em jornal de grande circulação; ou
- Por fotocópia registrada ou autenticada na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante;

Obs. As Demonstrações Contábeis compreendem: DLPA (Demonstração dos Lucros e Prejuízos acumulados) e DRE (Demonstração do Resultado do Exercício).

Sociedades de Responsabilidade Limitada (LTDA):

- Por fotocópia dos Termos de Abertura e de Encerramento do Livro Diário, devidamente autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante ou em outro órgão equivalente; ou,

- Por fotocópia do Balanço e da Demonstração Contábil devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante.

Obs. A Demonstração Contábil compreende: DRE (Demonstração do Resultado do Exercício).

Sociedade criada no exercício em curso:

- Fotocópia do Balanço de Abertura, devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante;

- Por fotocópia dos Termos de Abertura e Encerramento do Livro Diário, devidamente autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante ou em outro órgão equivalente,

- Por fotocópia do Balanço e da Demonstração Contábil devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante.

Obs. A Demonstração Contábil compreende: DRE (Demonstração do Resultado do Exercício).

a2) O balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados por Contador ou por outro profissional equivalente, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade.

b) A boa situação financeira será avaliada pelos Índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das seguintes fórmulas:

$$\text{LG} = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE} + \text{REALIZÁVEL A LONGO PRAZO}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIGÍVEL A LONGO PRAZO}} \geq 1$$

$$\text{SG} = \frac{\text{ATIVO TOTAL}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIGÍVEL A LONGO PRAZO}} \geq 1$$

$$\text{LC} = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE}} \geq 1$$

b1) As fórmulas deverão estar devidamente aplicadas em memorial de cálculos juntado ao balanço;

b2) Caso o memorial não seja apresentado, a Comissão reserva-se o direito de efetuar os cálculos;

b3) Se necessária a atualização do balanço e do capital social, deverá ser apresentado, juntamente com os documentos em apreço, o memorial de cálculo correspondente;

c) Certidão negativa de falência ou recuperação judicial, expedida pelo distribuidor da sede do Licitante, dentro do prazo de validade, ou na hipótese de omissão do prazo no documento, expedida nos últimos 60 (sessenta) dias, contados da data de sua apresentação no certame.

C1) CERTIDÃO NEGATIVA DE FALÊNCIA, RECUPERAÇÃO JUDICIAL OU EXTRAJUDICIAL REFERENTE AOS PROCESSOS DISTRIBUÍDOS PELO PJE (processos judiciais eletrônicos) da sede da pessoa jurídica;

C2) A certidão descrita no subitem anterior SOMENTE É EXIGÍVEL QUANDO a certidão negativa de Falência, Recuperação Judicial ou Extrajudicial da sede da licitante contiver a ressalva expressa de que não abrange os processos judiciais eletrônicos.

C3) As licitantes sediadas em outras comarcas do Estado de Pernambuco, que não a do Recife, e em outros Estados da Federação, deverão apresentar, juntamente com as certidões negativas exigidas, declaração passada pelo Foro de sua sede, indicando quais os Cartórios ou Ofícios de Registro que controlam a distribuição de falência e recuperação judicial.

d) Comprovação de **patrimônio líquido mínimo de R\$ 80.000,00** (oitenta mil reais), ou seja 10% (dez por cento) do valor da contratação, devendo esta comprovação ser feita relativamente à data da apresentação da proposta.

10.4.4. Qualificação Técnica

a) 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;

a1) 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;

a2) 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).

b) Certificado de qualificação técnica de funcionamento perante o Conselho Executivo de Normas-Padrão (CENP) dentro do prazo de validade, ou por entidade equivalente,

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

b2) o documento obtido no *site* do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Permanente de Licitação.

c) Relação do aparelhamento técnico disponível 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;

d) Relação nominal do pessoal adequado e disponível, contendo nome e qualificação de cada um dos membros da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos;

d1) Os profissionais 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 contratante;

d2) A qualificação dos profissionais 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.

e) 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.

10.5. Os documentos necessários à habilitação poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente ou por membro da Comissão de Licitação, 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;

10.6. 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;

10.7. 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;

10.7.1. Não serão aceitos “protocolos de entrega” ou “solicitação de documento” em substituição aos documentos requeridos nesta Concorrência;

10.7.2. 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 licitante;

10.8. Será inabilitado o licitante que deixar de apresentar quaisquer documentos exigidos ou apresentá-los em desacordo com o que foi exigido neste Edital, não sendo admitida à concessão de prazo adicional para a apresentação de documentos faltantes.

10.9. Qualquer documento que estiver incompleto, com rasura e/ou com borrão que prejudique o devido entendimento e/ou prazo de validade vencido, será considerado nulo e sem validade.

10.10. Não serão considerados motivos para inabilitação ou desclassificação irregularidades materiais (erros datilográficos, concordância verbal, etc.) da documentação ou das propostas, desde que sejam irrelevantes, não prejudiquem o processamento da licitação e o entendimento das propostas e, ainda, não firam os direitos dos demais licitantes.

10.11. Caso todas as licitantes venham a ser inabilitadas ou todas as propostas desclassificadas, a Comissão de Licitação poderá fixar prazo de 08 (oito) dias úteis para que as licitantes apresentem novos documentos ou novas propostas, escoimadas dos vícios que as prejudicaram.

11. PROCESSAMENTO E JULGAMENTO

11.1 - A licitação será processada e julgada de acordo com as Leis nºs 12.232/2010 e 8.666/1993, observando-se as disposições aplicáveis à licitação do tipo **TÉCNICA E PREÇO**.

11.2 - Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação de Serviços, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

11.3 - As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

11.3.1 - Um dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a administração direta da PREFEITURA DE CAMARAGIBE.

11.4 - A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá **9 (nove)** integrantes, sendo **que 3 (dois)** deles sem nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a administração direta da PREFEITURA DE CAMARAGIBE, todos previamente cadastrados, **nos termos do art. 10, §2º da lei da lei 12.232/2010.**

11.4.1 - A referida relação dos nomes será publicada pela Secretaria de Comunicação no Diário Oficial dos municípios, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

11.4.2 - O sorteio será processado pela Comissão Especial de Seleção para Chamamento Público **instituída pela Portaria nº 82/2022**, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com administração direta da PREFEITURA DE CAMARAGIBE.

11.4.3 - A referida relação conterà, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com administração direta da PREFEITURA DE CAMARAGIBE.

11.4.4 - Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação, mediante apresentação à Comissão Especial de Seleção de justificativa com fundamentos jurídicos plausíveis para a exclusão.

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

11.4.6 - A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado.

11.4.6.1 - Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido.

11.4.6.2 - Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

11.4.7 - A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

11.4.8 - Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preços.

11.5 - 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, **Subcomissão Técnica** e pelos representantes das licitantes presentes.

11.5.1 - Primeira Sessão

11.5.1.1 - A Primeira Sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes;
- b) receber os envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) conferir se esses envelopes estão em conformidade com as disposições deste Edital.
- d) rubricar, no fecho, sem abri-los, os envelopes nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação, e separá-los dos envelopes nº 1 e nº 3;

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

- e) retirar e rubricar o conteúdo do envelope nº 1;
- f) abrir o envelope nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- g) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos que constituem os envelopes de nº 1 e nº 3;
- h) informar que, através de publicação no Diário Oficial dos municípios, as licitantes serão convocadas para a próxima sessão, quando haverá a divulgação do julgamento das Propostas Técnicas.

11.5.1.1.1 A Comissão de licitação atestará a tempestividade da remessa dos envelopes.

11.5.1.1.2 Depois de ultrapassado o horário para recebimento dos envelopes, nenhum outro será recebido, nem tampouco serão permitidos quaisquer adendos ou esclarecimentos relativos à documentação ou proposta de preços apresentadas.

11.5.1.1.3 A Comissão verificará se o representante credenciado se encontra presente na sessão pública virtual e registrará na ata da sessão presencial (virtual): o nome completo, os dados de identificação do representante e o e-mail corporativo.

11.5.1.2 – Finalizada a Primeira Sessão, a Comissão Permanente de Licitação encaminhará os ENVELOPES de nº 1, com as VIAS NÃO IDENTIFICADAS do Plano de Comunicação Publicitária à Subcomissão Técnica que efetuará os seguintes procedimentos:

11.5.1.2.1 – análise individualizada e julgamento, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

11.5.1.2.2 – elaboração e encaminhamento, à Comissão Permanente de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

11.5.1.3 – Uma vez recebida a ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, a Comissão Permanente de Licitação encaminhará os ENVELOPES de nº 3, com a CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, O REPERTÓRIO E OS RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO à Subcomissão Técnica, que efetuará os seguintes procedimentos:

11.5.1.3.1 – análise individualizada e julgamento da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

11.5.1.3.2 – elaboração e encaminhamento à Comissão Permanente de Licitação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

11.5.1.4 - As planilhas de pontuações previstas nos subitens 10.5.1.2.2 e 11.5.1.3.2 conterão, respectivamente, as **pontuações** de cada membro **para cada subquesto do Plano de Comunicação Publicitária** de cada licitante e as **pontuações** de cada membro **para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação** de cada licitante.

11.5.1.5 - Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do edital, ainda assim será atribuída pontuação aos seus quesitos, a ser lançada

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope 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 do envelope nº 02 (VIA IDENTIFICADA do Plano de Comunicação Publicitária)

11.5.2 - Segunda Sessão

11.5.2.1 - Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (envelopes de nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, através de publicação no Diário Oficial do _____, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os ENVELOPES de nº 2;
- c) cotejar as vias não identificadas (envelope nº 1) com as vias identificadas (envelope nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;
- f) Se todos os representantes das proponentes estiverem presentes à sessão e de acordo com o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas, podem registrar em ata a renúncia de recurso, decaindo assim, o prazo recursal. Sendo assim, a Comissão dará continuidade aos procedimentos de licitação, de acordo com o previsto nos subitens seguintes.
- g) Caso não estiverem presentes à sessão todos os representantes das proponentes ou não haja unanimidade de renúncia de recurso contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, a Comissão Permanente de Licitação informará que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado no Diário Oficial dos municípios, com a indicação dos proponentes desclassificados e dos classificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data de sua publicação, para interposição de recurso, conforme disposto na alínea "b" do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666/1993;

11.5.2.2 - Além das demais atribuições previstas neste edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Permanente de Licitação.

11.5.3 - Terceira Sessão

11.5.3.1 - Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua renúncia ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, através de publicação no Diário Oficial dos municípios, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os ENVELOPES de nº 4, com a Proposta de Preço, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos envelopes de nº 4;

d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preço e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;

e) tendo sido julgadas as Propostas de Preços, o Julgamento Final das Propostas será feito de acordo com **Nota Final** alcançada, sendo a classificação das propostas em ordem decrescente das referidas notas, conforme critério de julgamento estabelecido neste edital: média ponderada entre as notas da Proposta Técnica e de Preço.

e1) no caso de empate, a Comissão de Licitação procederá ao sorteio, em sessão pública, nos termos do §2º do artigo 45 da Lei nº 8.666/93;

f) Se todos os representantes das proponentes estiverem presentes à sessão e de acordo com o resultado do julgamento das Propostas de Preços, podem registrar em ata a renúncia de recurso, decaindo assim, o prazo recursal. Sendo assim, a Comissão dará continuidade aos procedimentos de licitação, de acordo com o previsto nos subitens seguintes.

g) Caso não estiverem presentes à sessão todos os representantes das proponentes ou não haja unanimidade de renúncia de recurso contra o resultado do julgamento das Propostas de Preços, a Comissão Permanente de Licitação informará que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas será publicado no Diário Oficial dos municípios, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data de sua publicação, para interposição de recurso, conforme disposto na alínea "b" do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666/1993;

11.5.4 - Quarta Sessão

11.5.4.1 - Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua renúncia ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes **classificadas no julgamento final**, através de publicação no Diário Oficial dos municípios, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes na sessão por videoconferência;

- b) receber e abrir os ENVELOPES de nº 5 das licitantes classificadas, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos envelopes nº 5;
- e) informar o resultado de Habilitação e declarar a licitante vencedora;
- f) Se todos os representantes das licitantes estiverem presentes à sessão e de acordo com o RESULTADO FINAL, podem registrar em ata a renúncia de recurso, decaindo assim, o prazo recursal. Sendo assim, a Comissão publicará no Diário Oficial dos municípios e em Jornal de Grande Circulação o resultado final da licitação com o nome da licitante vencedora.
- g) Caso não estiverem presentes à sessão todos os representantes das licitantes **classificadas e habilitadas** ou não haja unanimidade de renúncia de recurso contra o resultado de Habilitação, a Comissão Permanente de Licitação informará que o RESULTADO DE HABILITAÇÃO e RESULTADO FINAL serão publicados no Diário Oficial dos municípios, com a indicação dos proponentes HABILITADOS e INABILITADOS, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data de sua publicação, para interposição de recurso, conforme disposto na alínea "a" do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666/1993;
- g1) Quando julgado(s) o(s) recurso(s) interposto(s), o resultado será publicado no Diário Oficial dos municípios e, caso tenha(m) sido julgado(s) PROCEDENTE(S), será publicado também o novo RESULTADO FINAL DA LICITAÇÃO com o nome da licitante vencedora.

11.6 – Será permitido aos representantes que encaminhem por meio de correspondência eletrônica (e-mail informado constante na proposta de preços/documentos da empresa) os registros que entenderem cabíveis, os quais serão acostados aos autos do processo licitatório, no prazo de 01 (um) dia útil, contadas a partir da disponibilização do link para acesso aos documentos habilitatórios.

11.7. A Comissão de Licitação procederá a digitalização/inclusão dos documentos apresentados nos envelopes no processo administrativo do portal da Prefeitura (<<http://transparencia.camaragibe.pe.gov.br/app/pe/camaragibe/1/licitacoes>>) e concederá vistas aos participantes da sessão pública.

11.8 Após exame das Propostas de Preços, de acordo com os critérios estabelecidos neste edital, a classificação das propostas será feita de acordo com a **média ponderada** das valorizações das propostas técnicas e de preço, **de acordo com os pesos preestabelecidos neste edital.**

11.9 – Uma vez habilitada, a licitante com proposta classificada em **primeiro lugar**, com a maior nota final, será considerada vencedora do certame.

11.10 - No caso de empate, a Comissão procederá à sorteio, em sessão pública, nos termos do §2º do artigo 45 da Lei nº 8.666/93.

11.11 - A abertura dos envelopes de propostas e habilitação ocorrerá sempre em sessão pública, com a devida divulgação. O exame da documentação de propostas e de habilitação poderá ocorrer em sessão pública ou em sessão privativa da Comissão de Licitação.

11.12 - Todas as propostas e documentos de habilitação serão rubricados pela Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes na sessão.

11.13 - A publicação dos resultados de Julgamento de Propostas Técnicas, Propostas de Preços e de habilitação será efetuada na imprensa oficial, salvo se presentes todos os licitantes no ato em que foi adotada a decisão quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados, sendo registrada em ata, conforme prevê o § 1º do art. 109 da Lei 8.666/1993.

11.14 - A Comissão de Licitação poderá marcar data de reunião especificamente para divulgação de resultados de julgamento de propostas e de habilitação, solicitando o comparecimento de todos os licitantes, a fim de agilizar o processo, com abreviação dos prazos de recursos.

12.0 - DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA E DE PREÇO

12.1 - JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

12.1.1 - As propostas técnicas serão julgadas, avaliadas e classificadas de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado definidos neste Edital, aferindo-se a nota a partir do somatório dos pontos obtidos nos quesitos técnicos constantes da proposta do licitante.

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

12.1.3 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:

12.1.3.1 - Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

- a) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- b) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela PREFEITURA DE CAMARAGIBE, conforme o Briefing em anexo.
- c) das necessidades de comunicação da PREFEITURA DE CAMARAGIBE para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s), conforme o Briefing em anexo.

12.1.3.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da PREFEITURA DE CAMARAGIBE e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme o Briefing em anexo.

- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da PREFEITURA DE CAMARAGIBE com seus públicos;
- d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

12.1.3.3 - Ideia Criativa

- a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação da PREFEITURA DE CAMARAGIBE, conforme o Briefing em anexo.
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- h) a exequibilidade das peças e ou do material;
- i) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

12.1.3.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
- e) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

12.1.4 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

- a) o conceito de seus produtos e serviços no mercado;

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da PREFEITURA DE CAMARAGIBE;
- d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre a PREFEITURA DE CAMARAGIBE e a licitante, esquematizado na proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da PREFEITURA DE CAMARAGIBE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

12.1.5 - REPERTÓRIO

12.1.5.1 - O repertório é 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;

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

12.1.5.3 - Serão vedados os trabalhos que tiverem qualquer referência direta ou indireta à PREFEITURA DE CAMARAGIBE.

12.1.6 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

- a) a evidência de planejamento publicitário;
- b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) a relevância dos resultados apresentados;
- d) a concatenação lógica da exposição.

12.1.7 - A nota da Proposta Técnica será apurada atribuindo aos quesitos ou subquesitos, no máximo, os seguintes pontos:

12.1.7.1 - Raciocínio Básico: máximo de **10 (dez) pontos**, da seguinte forma:

- a) conhecimento das características gerais da PREFEITURA DE CAMARAGIBE: **1,0 (um) ponto;**
- b) conhecimento genérico dos serviços prestados pela PREFEITURA DE CAMARAGIBE: **2,0 (dois) pontos;**
- c) adequada compreensão da linha de atuação específica da PREFEITURA DE CAMARAGIBE **3,0 (três) pontos;**
- d) acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de divulgação e comunicação dessa específica linha de atuação: **4,0 (quatro) pontos.**

12.1.7.2- Estratégia de Comunicação: máximo de **20 (vinte) pontos**, da seguinte forma:

- a) formulação do conceito, dos quais **5,0 (cinco) pontos** para a compreensão do tema hipotético e **5,0 (cinco) pontos** para o desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito. Total: **10 (dez) pontos;**
- b) formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação: **10 (dez) pontos.**

12.1.7.3 - Ideia Criativa: máximo de **20 (vinte) pontos**, da seguinte forma:

- a) estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha: **7,0 (sete) pontos;**
- b) capacidade de síntese da estratégia de comunicação: **3,0 (três) pontos;**
- c) cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida: **3,0 (três) pontos;**
- d) originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem: **7,0 (sete) pontos.**

12.1.7.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de **15 (quinze) pontos**, da seguinte forma:

- a) conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação: **3,0 (três) pontos;**
- b) capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia: **3,0 (três) 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: **4,0 (quatro) pontos;**
- d) consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulada na proposta: **5,0 (cinco) pontos.**

12.1.7.5 - Capacidade de Atendimento: máximo de **15 (quinze) pontos**, da seguinte forma:

a) capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura, dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da PREFEITURA DE CAMARAGIBE: **8,0 (oito) pontos**;

b) sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos quesitos: operacionalidade, segurança, prestação no atendimento às solicitações e grau de liberdade conferido à PREFEITURA DE CAMARAGIBE na escolha de soluções alternativas: **7,0 (sete) pontos**.

12.1.7.6 - Repertório: máximo de 10 (dez) pontos

a) capacidade técnica e artística revelada pelo 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: **10 (dez) pontos**.

12.1.7.7 - Relato de Soluções de Problemas de Comunicação: máximo de 10 (dez) pontos.

a) a evidência de planejamento publicitário; **2,5 (dois e meio) pontos**;

b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; **2,5 (dois e meio) pontos**;

c) a relevância dos resultados apresentados; **2,5 (dois e meio) pontos**;

d) a concatenação lógica da exposição. **2,5 (dois e meio) pontos**;

12.1.8 – Os números de pontos indicados em cada quesito relacionado nos subitens anteriores serão consideradas, como notas máximas, para efeito de atribuição das notas.

12.1.9 – A nota será atribuída partindo de uma escala de **0,0 (zero) ponto** até a quantidade de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais.

12.1.9.1 - Para efeito de aferição da nota de cada quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como pontuação 4 (quatro) NÍVEIS DE NOTAS, de acordo com a seguinte escala referente à nota máxima de cada quesito ou subquesito:

Não abordado ou Erroneamente abordado – 0% da nota máxima

Insuficientemente abordado – 20% da nota máxima

Satisfatoriamente abordado – 70% da nota máxima

Plenamente abordado – 100% da nota máxima

12.1.10 - A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Subcomissão Técnica, a qual deverá elaborar ata de julgamento dos quesitos e subquesitos da proposta técnica, bem como de planilhas com as pontuações e

respectiva justificativa escrita das razões que fundamentaram tais pontuações em cada caso, de acordo com os incisos **IV, V e VI do § 4º, do art.11 da Lei nº 12.232/2010.**

12.1.11 - A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

12.1.11.1 - Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, 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 ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

12.1.12- Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do edital, do Termo de Referência e de seus anexos;
- b) não alcançar, no total, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;
- c) obtiver pontuação 0,00 (zero) em quaisquer dos quesitos ou subquesitos.

12.1.13. As propostas técnicas serão classificadas pela ordem decrescente de pontuação, considerando o somatório de pontos atribuídos aos quesitos, respeitado o mínimo de 50 (cinquenta) pontos.

12.2. Avaliação das Propostas de Preços:

12.2.1. As propostas de preços serão julgadas, avaliadas e classificadas de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado definido neste Edital, aferindo-se a nota de acordo com os critérios estabelecidos na tabela a seguir:

ITEM	DESCONTO e HONORÁRIO	NOTA
01	Desconto (em percentual) a ser concedido à PREFEITURA DE _____, sobre os custos internos, baseados na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco.	<ul style="list-style-type: none">• Desconto igual a 0,0% Nota = 0,00 <ul style="list-style-type: none">• Desconto superior a 0,0%: Nota = 1,5 x Desconto Nota máxima: 60 pontos

02	<p>Honorários (em percentual) a serem cobrados à PREFEITURA DE _____, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada.</p> <p>Percentual Máximo: 15%</p>	<ul style="list-style-type: none">• Honorário igual a 15%: Nota = 0,00 • Honorário inferior a 15%: Nota = 8,0 x (15-honorário) <p>Nota máxima: 40 pontos</p>
----	---	--

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

12.2.3. Serão desclassificadas as propostas que deixarem de apresentar documentos ou apresentá-los em desacordo com as normas deste Edital, bem como as que apresentem preços manifestamente inexequíveis, observado o disposto art.48 da Lei n° 8.666/93 e alterações subsequentes

12.2.4. Não serão admitidas propostas que apresentem preços simbólicos, irrisórios, ou de valor zero, ou incompatíveis com os preços de mercado, observado o disposto no § 3° do art.44 da Lei n° 8.666/93 e alterações subsequentes.

12.3. Avaliação Final

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

$$\text{Nota Final} = (\text{Nota técnica} \times \mathbf{0,60}) + (\text{Nota de preços} \times \mathbf{0,40})$$

12.3.2. A classificação das propostas far-se-á em ordem decrescente considerando os valores das Notas Finais;

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

12.3.4. No caso de empate, a Comissão de Licitação procederá ao sorteio, em sessão

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

pública, nos termos do §2º do artigo 45 da Lei nº 8.666/93 e alterações subsequentes.

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.

13.2. Na execução do objeto desta licitação não será permitida a prestação dos seguintes serviços: assessoria de imprensa ou de comunicação, relações públicas, promoções, patrocínios, organização de eventos e montagem de feiras e exposições;

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

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 PREFEITURA DE CAMARAGIBE gerará Ordem de Execução de Serviços a ser expedida pela PREFEITURA DE CAMARAGIBE, onde constarão as especificações dos serviços, os preços (planilhas de custos/orçamento) e os prazos de execução, devendo ser orçado, o valor de cada um dos serviços em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, à sua compatibilidade com os preços de mercado, sob pena de responsabilidade civil;

13.5. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as 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 2010.

13.5.1. O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no subitem 13.5 deste Edital exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

13.5.2. O contratado procederá à coleta de orçamentos previstos no subitem 13.5.1 de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

13.5.3 O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a (vinte por cento) do limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, alterado pelo Decreto 9.412/18, está dispensado do procedimento previsto no subitem 13.5.2 deste Edital.

13.6. 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.

13.6.1. Pertencem ao contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

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.

13.7. 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, sob responsabilidade do contratante, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

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

13.8. A agência contratada deverá 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.

13.9. 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 DE CAMARAGIBE.

13.10. 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 PREFEITURA DE CAMARAGIBE, estando vedada a subcontratação de serviços afetos à criação/concepção das ações de publicidade.

13.11. 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 PREFEITURA DE CAMARAGIBE, 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.

13.12. As imagens brutas captadas para realização de vídeos e filmes, durante a vigência do contrato, deverão ser cedidas a PREFEITURA DE CAMARAGIBE

13.13. Quanto aos **direitos autorais**, serão observadas as seguintes disposições:

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

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

decorrência deste contrato;

b) A empresa **contratada** se compromete a realizar por escrito a contratação de terceiros para produção de peças publicitárias e a prestação de outros serviços necessários ao cumprimento do objeto licitado, onde deverá explicitar a cessão à PREFEITURA DE CAMARAGIBE 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** obrigar-se-á a apresentar no mínimo 3 (três) cotações de acordo com os preços praticados no mercado, como condição para cada subcontratação dos serviços de terceiros;

g) A futura **contratada** deverá proceder à retenção e recolhimento dos tributos devidos pelas empresas por elas subcontratadas, quando a mesma revestir a condição de responsável tributário.

14. DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

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

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

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

14.4. A devolução da Fatura não aprovada pela **contratante** e/ou pela **interveniente**, por conter incorreções, não poderá servir de pretexto para que a contratada suspenda a execução dos serviços;

14.5. As faturas deverão ser entregues na PREFEITURA DE CAMARAGIBE, 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, nos termos do Decreto estadual nº. 25.304, de 17 de março de 2003. Após análise técnica feita pelo gestor da contratação sobre os serviços realizados, que, se aprovados, as referidas faturas serão atestadas e enviadas ao setor financeiro da **contratante**, para análise fiscal e posterior pagamento;

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

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

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

14.9. 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 DE CAMARAGIBE, incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada.

14.10. 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;

14.11. 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;

14.12. 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);

14.13. 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 deste Edital, instrumento contratual entre a PREFEITURA DE CAMARAGIBE, a licitante vencedora da presente **licitação e a SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO;**

14.2. O contrato terá vigência de XX meses, podendo ser prorrogado de acordo com o disposto no art. 57 a Lei 8.666 /1993 e alterações subsequentes;

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 Termo de Contrato, no prazo de até 05 (cinco) dias, sob pena de não o fazendo, decair do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas na Lei nº. 8.666/93 e alterações subsequentes.

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

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

16. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

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

- a) Advertência;
- b) Multa, de até 5% (cinco) sobre o valor total do Contrato, a critério da **contratante**, levando-se em conta o prejuízo causado, devidamente fundamentado, devendo ser recolhida no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis a contar da notificação;
- c) Suspensão temporária da participação em licitações e impedimento de contratar com a Administração Pública pelo prazo de até 02(dois) anos;

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

d) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurem os motivos determinadores da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a Autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada com base na letra anterior;

e) Multa de mora de até 1,00% (um por cento) do valor mensal relativo ao faturamento do mês da infração, por dia de atraso, na implantação ou execução dos serviços, tudo conforme apuração em procedimento administrativo.

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

a) A autuação deverá acontecer tão logo se verifique a ocorrência, restando à Contratada, o prazo de 10(dez) dias úteis para a apresentação da defesa no que lhe achar pertinente, após o recebimento da notificação;

b) Decorrido o prazo de defesa sem que a **contratada** se pronuncie ou se a ocorrência for considerada procedente, a mesma será notificada que o valor devido será deduzido da primeira fatura a ser apresentada;

c) As infrações serão consideradas reincidentes se, no prazo de 07(sete) dias corridos a contar da notificação da ocorrência, a **contratada** cometer a mesma ou outra infração, cabendo-lhe, neste caso, a aplicação EM DOBRO das multas correspondentes, sem prejuízo das outras penalidades;

d) Ao aplicar a penalidade, a autoridade julgadora deverá considerar o grau de intensidade da ocorrência e as circunstâncias agravantes e atenuantes que possam ter concorrido para o evento.

17. DA GARANTIA CONTRATUAL

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

18. DAS IMPUGNAÇÕES E RECURSOS

18.1. Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar este edital junto a Comissão de Licitação por irregularidade na aplicação da Lei nº8.666/93, devendo protocolar o pedido até 5 (cinco) dias úteis antes da data fixada para a abertura dos envelopes de habilitação;

18.2. A Administração julgará e responderá à impugnação em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 1º do art. 113 da Lei de Licitações.

18.3. Decairá do direito de impugnar os termos deste edital perante a Administração o licitante que não o fizer até o segundo dia útil que anteceder a abertura dos envelopes de

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

habilitação, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso.

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

18.5. 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.

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

18.5.2. Os recursos interpostos devem ser protocolados junto a Comissão de Licitação, situada na PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMARAGIBE, Av. Dr. Belmino Corrêa nº 3038 – 1º andar – TIMBI – CAMARAGIBE/PE – CEP: 50.070-230, no horário de 08h00min as 13h00min, de segunda a sexta-feira;

18.5.3. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis;

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

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

18.5.6. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão de Licitação - motivadamente e se houver interesse para a Administração, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

19. DA ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

19.1. A Comissão de Licitação após proceder ao julgamento da presente licitação, observando os respectivos prazos recursais, submeterá formalmente o seu resultado à deliberação da autoridade superior competente, com vistas à homologação do processo e adjudicação do objeto ao licitante vencedor.

20. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

20.1. Compete à Comissão de Licitação decidir sobre casos omissos e dirimir dúvidas de interpretação deste Edital;

20.2. A partir da data de publicação do aviso deste certame na Imprensa Oficial e jornal de

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

circulação regional, será disponibilizado, no prazo previsto na lei, conforme a modalidade, o Edital, anexos **e documentos técnicos de engenharia**, podendo os mesmos:

20.2.1 Serem acessados, analisados e obtidos diretamente junto à CPL - Comissão Permanente de Licitação da Prefeitura Municipal de Camaragibe, mediante agendamento junto aos telefones e endereço citado no preâmbulo deste Edital, de segunda à sexta-feira, no período das 08h às 13h, em formato digital (CD-ROM/DVD) gratuitamente, ou acessados por arquivos digitais, que serão disponibilizados no Portal Eletrônico: <http://transparencia.camaragibe.pe.gov.br/app/pe/camaragibe/1/licitacoes>, ou ainda poderão ser solicitados pelo e-mail da Licitação cpl@camaragibe.pe.gov.br.

20.2.2. Para os casos de impossibilidade técnica de visualização e download do Edital e anexos, inclusive os documentos técnicos de engenharia e outros junto ao Portal Eletrônico da Prefeitura Municipal de Camaragibe, esses poderão ser copiados de forma eletrônica (CD/DVD) junto à Comissão Permanente de Licitação, mediante solicitação simples com identificação da interessada endereçada ao Presidente da CPL, consignatário deste edital, o qual fornecerá em prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas, contados da solicitação.

20.2.3 Em caso de solicitação de cópia dos documentos supracitados ou integral dos autos, a disponibilização far-se-á após prova de recolhimento dos custos reprográficos previstos no artigo 63 da Lei 8.666/93.

20.2.4. Quaisquer alegações, formais ou informais, de problemas técnicos, de qualquer natureza, relacionados à abertura e leitura dos arquivos digitais do Edital e seus anexos não importarão em suspensão ou prorrogação do certame.

20.2.6 A Administração não se responsabilizará pelo edital, documentos técnicos, planilhas, formulários e demais informações, obtidos ou conhecidos de forma ou em local diverso do disposto acima.

20.3. Fazem parte deste Edital os seguintes anexos:

- ⇒ **ANEXO I** – Termo de Referência;
- ⇒ **ANEXO II** – Briefing;
- ⇒ **ANEXO III – DECLARAÇÕES/Modelo do Termo de Credenciamento do Representante da Licitante/ Modelo de Carta de Apresentação dos Documentos de Habilitação;**
- ⇒ **ANEXO IV** – CREDENCIAMENTO/PROCURAÇÃO;
- ⇒ **ANEXO V** – Modelo de Proposta de Preços e Valoração
- ⇒ **ANEXO VI** – Minuta do Contrato;
- ⇒ **ANEXO VII - Tabela de Preços**

20.4. 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;

20.5. O resultado do presente certame será divulgado no Diário Oficial dos municípios, bem como os demais atos pertinentes a esta licitação, passíveis de divulgação;

20.6. Qualquer modificação no Edital será divulgada pelo mesmo instrumento de publicação

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

em que se deu o texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das propostas;

20.7. O vencedor desta licitação deverá durante a execução contratual, manter as condições de habilitação apresentada na licitação;

20.8. Para dirimir quaisquer questões decorrentes desta licitação, não resolvidas na esfera administrativa, será competente o foro da Comarca de São Lourenço da Mata;

20.9. Todos os elementos fornecidos pela PREFEITURA DE CAMARAGIBE, que integram o presente Edital e seus anexos, são complementares entre si. Qualquer detalhe que se mencione em um e se omita em outro, será considerado como especificado e válido;

20.10. A Comissão de Licitação, primando pelo interesse público poderá relevar omissões puramente formais, desde que não reste infringido o princípio da vinculação ao instrumento convocatório;

20.11. É facultada à Comissão de Licitação ou à Autoridade Superior, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar no ato da sessão pública;

20.12. A licitação não implica proposta de Contrato por parte da PREFEITURA DE CAMARAGIBE. Até a entrega da Nota de Empenho, poderá o licitante vencedor ser excluído da licitação, sem direito a indenização ou ressarcimento e sem prejuízo de outras sanções cabíveis, se a PREFEITURA DE CAMARAGIBE tiver conhecimento de qualquer fato ou circunstância superveniente, anterior ou posterior ao julgamento desta licitação, que desabone sua idoneidade ou capacidade financeira, técnica ou administrativa;

20.13. Os licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e a PREFEITURA DE CAMARAGIBE não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório;

20.14. Os proponentes são responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação;

20.15. Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a reunião será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário e local estabelecidos, neste Edital, desde que não haja comunicação da Comissão de Licitação em contrário;

20.16. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente no órgão ou entidade;

20.17. O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará no

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

afastamento do licitante, desde que seja possível a aferição, pela Comissão de Licitação da sua qualificação e a exata compreensão das propostas, durante a realização do certame;

20.18. A apresentação das propostas implicará pleno conhecimento e aceitação, por parte do licitante, das condições estabelecidas neste Edital e seus Anexos;

20.19. As dúvidas quanto à interpretação dos termos deste Edital e de seus anexos, bem como qualquer incorreção ou discrepância neles encontrados deverão ser apontadas e encaminhadas à Comissão de Licitação, por escrito, até 03(três) dias úteis antes da data de entrega das propostas, no endereço citado no preâmbulo deste Edital, de segunda a sexta-feira, no horário de 08h00min as 12h00min. O não cumprimento do disposto neste subitem sujeita os licitantes à exclusiva interpretação da Comissão supra, por ocasião do julgamento da documentação e das propostas, ou durante a vigência do contrato;

20.20. As dúvidas a serem dirimidas por telefone serão somente aquelas de ordem estritamente informal;

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

20.22. A inadimplência do(s) licitante(s), com referência aos encargos, não transfere a responsabilidade por seu pagamento a PREFEITURA DE CAMARAGIBE, 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 DE CAMARAGIBE;

20.23. O licitante que se insurgir contra a decisão da Comissão 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;

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

21. DOS CASOS OMISSOS

21.1. Os casos omissos neste Edital serão resolvidos por meio da legislação que rege a matéria nos termos da Lei Federal nº. 12.232 de 29.04.2010 e da Lei nº 8.666 de 21.06.1993 e alterações subsequentes.

22. DO FORO

22.1. As questões decorrentes da execução deste Edital e do futuro contrato que não possam ser dirimidas administrativamente, serão processadas e julgadas no foro da Comarca de Camaragibe, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, salvo nos casos previstos na alínea "d", do inciso I, do art. 102 da Constituição Federal.

Camaragibe, 16 de fevereiro de 2021.

PEDRO EMANUEL SILVA

Presidente da Comissão Permanente de Licitação

ADRIANA RODRIGUES DA SILVA

Membro da Comissão Permanente de Licitação

DEMÉTRIO SILVA DE CARVALHO

Membro da Comissão Permanente de Licitação

ANEXO I

PROJETO BÁSICO/TERMO DE REFERÊNCIA

OBJETO: contratação de serviços de publicidade e propaganda, planejamento de publicidade, a serem prestados por agência de publicidade e propaganda, para atender demandas da PREFEITURA DE CAMARAGIBE,

1. INTRODUÇÃO

1.1. O presente documento tem por objetivo estabelecer o conjunto de requisitos para licitação com vistas à contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, na modalidade concorrência do tipo TÉCNICA E PREÇO.

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

2. OBJETO

2.1 – Constitui objeto da presente concorrência, a contratação de serviços de publicidade e propaganda, planejamento de comunicação e marketing, a serem prestados por agência de publicidade e propaganda, para atender demandas da PREFEITURA DE CAMARAGIBE, de acordo com o Projeto Básico e Briefing (ANEXO I), deste Edital, conforme descrição a seguir:

2.2. Os serviços devem observar o caráter educativo, informativo, institucional e de orientação social e se incluírem dentro do conceito de “serviço de publicidade” expresso no art. 2º da Lei N° 12.232, de 29 de abril de 2010: “considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral”, restando vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, montagem de feiras e exposições.

2.3. Para realização dos serviços contidos no objeto desta licitação, será contratada **01 (uma) agência** de propaganda, declarada vencedora da concorrência, nos termos do resultado de julgamento das propostas.

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

2.5. O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será propriedade da PREFEITURA DE CAMARAGIBE, 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. JUSTIFICATIVA

3.1 A Prefeitura de Camaragibe, através de sua Secretaria de Comunicação utiliza a publicidade e a propaganda como meios auxiliares importantes na divulgação de suas atividades junto à sociedade. Por meio de campanhas e esforços individualizados e pontuais, a PMCG visando ao aumento na eficiência da comunicação das atividades da Prefeitura Municipal de Camaragibe com os munícipes, de maneira a obter uma melhor interação com os serviços oferecidos pela prefeitura. A contratação de uma agência de publicidade, que consiga agregar em seus produtos qualidade técnica a menor custo, trará ganhos para a instituição por oferecer condições que permitirão dar ainda maior visibilidade aos temas das campanhas e o uso racional dos recursos destinados a este fim. A PMCG deseja que as campanhas sejam instrumentos de construção e reforço da cidadania e Almeja também dar transparência aos efeitos da administração pública.

4. VALOR GLOBAL

4.1. Tendo como referência as ações publicitárias e os preços praticados no mercado com base, justamente, conforme tabela anexa (ANEXO II) da SINAPRO (Tabela com preços das agências de publicidade de Pernambuco), verificou-se que o valor estimado da referida contratação é de R\$ 800.000,00.

5. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

5.1. Os créditos orçamentários para a realização dos serviços objeto desta licitação correrão por conta dos recursos constantes da seguinte Dotação orçamentária:

- 1 **PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMARAGIBE**
- 20 **PODER EXECUTIVO**
- 20 28 **SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO**

202800 SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

24 Comunicações

24 122 Comunicação Social

24 122 1056 DIVULGAÇÃO E INFORMAÇÃO AO CIDADÃO

24 122 1056 3.3.90.39.00 OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PESSOA JURÍDICA.

6. REGIME E FORMA DE EXECUÇÃO

6.1 O Regime de Execução é de Empreitada por Preço Unitário.

6.1.1 O tipo de licitação é Técnica e Preço Melhor Técnica.

6.2 A execução será acompanhada e fiscalizada pela Assessoria de Publicidade da Secretaria de Comunicação.

6.3 O serviço deverá ser executado seguindo todas as orientações e exigências da Ordem de Serviço ou as especificações determinadas pela Assessoria de Publicidade no Termo de Referência.

6.3.1 O pedido de criação/produção para a agência surge a partir da necessidade da Assessoria de Publicidade e/ou demanda de alguma Unidade Gestora. Enviamos um e-mail para formalizar o pedido ou de forma presencial, por meio de reunião.

Pedido de criação: A agência, seguindo os prazos estabelecidos no contrato, nos envia a criação por e-mail ou agenda uma reunião para apresentação da(s) peça(s). Caso a peça não seja aprovada, segue para refação ou alteração, tendo como prazo máximo o mesmo da criação inicial.

Pedido de produção (terceiros): É enviado via e-mail uma Ordem de Criação (OC) juntamente com os três orçamentos. Se o orçamento for aprovado, enviamos a OC assinada (escaneada) por e-mail autorizando a produção. O prazo de entrega do material vem descrito na OC.

6.4 No caso de os serviços não estarem em conformidade com o solicitado, o fato será comunicado à empresa ganhadora, discriminando as providências imediatas, ficando a mesma cientificada da obrigação de sanar as irregularidades apontadas e de que estará desde então notificada e, conforme o caso, passível das sanções cabíveis.

6.5 Sanadas as falhas apontadas na execução dos serviços, a empresa deverá submeter o mesmo já corrigido à nova verificação para análise e aprovação.

6.6 A Assessoria de Publicidade poderá suspender ou mandar paralisar o serviço em andamento que não esteja sendo executado dentro das exigências e das orientações emitidas por esta.

6.7 O prazo de execução dos serviços internos, a contar da data da efetiva da ordem de serviço, será de conforme anexo IV.

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

6.8 Os prazos de produção de serviços efetuados por terceiros serão acordados entre as partes, observando os prazos determinados para a apresentação de serviços internos determinados no anexo IV, podendo ser dilatados mediante justificativa e concordância por parte da Assessoria de Publicidade.

6.9 Os prazos serão contados a partir da data de aprovação do serviço solicitado.

6.10 Os serviços serão executados de acordo com os prazos previstos e as alterações necessárias no cronograma de execução ficarão condicionadas à prévia autorização por escrito da Assessoria de Publicidade.

7. PRAZO DE VIGÊNCIA DO CONTRATO

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

8. PRAZO PARA ASSINATURA DO CONTRATO

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

9. GARANTIA CONTRATUAL

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

10. VALIDADE DA PROPOSTA

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

11. PAGAMENTO E REAJUSTAMENTO

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

11.2. Pelos serviços prestados, a contratada será remunerada da seguinte forma:

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

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

11.3. 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.

11.4. 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).

11.5. 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).

11.6. Realizado o serviço e sendo o mesmo atestado pelo setor competente, a **contratada** protocolará na Secretaria demandante, a nota fiscal/fatura referente à mesma, acompanhada dos comprovantes de recolhimento de multas aplicadas no período, se houver, e, de todos os encargos trabalhistas, fiscais e previdenciários incidentes, bem como dos seguintes documentos:

a) Comprovação de regularidade para com o Instituto Nacional do Seguro Social - INSS, relativa à **contratada**;

b) Comprovação de regularidade para com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS da **contratada**;

11.7. Os documentos exigidos nesta Cláusula deverão ser apresentados no original, em cópia autenticada por cartório, ou tabelião de notas ou publicação em órgão da imprensa oficial.

11.8. A contagem do prazo estabelecido para pagamento será interrompida no caso de incorreções nos documentos de cobrança, reiniciando-se a contagem após sanadas as irregularidades pela **contratada**.

11.9. Em conformidade com o disposto no art. 28 da Lei n.º 9.060, de 29 de junho de 1995, os preços dos contratos com prazo inferior a 12 (doze) meses não serão reajustados, ficando assegurada a manutenção de seu equilíbrio econômico-financeiro, na forma da alínea "d", inc. II, do art. 65 da Lei n.º 8.666/93, e suas alterações posteriores.

11.10. As parcelas do contrato a serem pagas após 12 (doze) meses da data de apresentação das propostas, poderão ser reajustadas anualmente, assegurada à manutenção de seu equilíbrio econômico-financeiro, ou sempre que houver alteração na legislação Federal que regula esta matéria.

11.11. Os preços contratados serão reajustados após 12 (doze) meses da efetiva contratação, tendo o termo inicial para apuração do percentual de reajuste determinado como a data limite para a apresentação da proposta do licitante.

11.12. Quando ocorrer atraso na execução do objeto do contrato, por culpa exclusiva da licitante vencedora, o reajustamento será aplicado, envolvendo exclusivamente os prazos de entrega do objeto definidos neste Edital.

12. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

A CONTRATADA obriga-se a:

12.1 Elaborar serviços de publicidade e propaganda, no preço e prazo estipulados, de acordo com as especificações determinadas pela Assessoria de Publicidade, dentro da boa técnica e dos padrões usuais em trabalhos dentro deste gênero e vulto;

12.2 Acatar as orientações e o gerenciamento dos trabalhos por parte da equipe técnica da Assessoria de Publicidade da PMC;

12.3 Responsabilizar-se pela perfeita execução dos serviços objeto do Contrato, não podendo eximir-se, ainda que parcialmente, da responsabilidade atribuindo quaisquer falhas ou deficiências a defeitos ou falta de materiais, garantindo, portanto, um serviço de primeira qualidade;

12.4 Obter a aprovação prévia da Assessoria de Publicidade, por escrito, para assumir quaisquer despesas de criação e finalização; produção; veiculação e outras relacionadas com o objeto do Contrato;

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

Avenida Dr. Belmino Correia, N° 3038 1º andar – Timbi – Camaragibe-PE – CEP:54768-000

CNPJ/MF N° 08.260.663/0001-57 – Tel: (81) 2129-9532 – www.camaragibe.pe.gov.br e cpl@camaragibe.pe.gov.br

12.5 Os layouts e roteiros das peças produzidos pela contratada deverão ser enviados para aprovação, preferencialmente por meio digital (e-mail), no(s) formato(s) solicitado(s) pela Assessoria de Publicidade;

12.6 Encaminhar, imediatamente após a produção dos serviços ou em periodicidade a combinar, para constituir o acervo da Assessoria de Publicidade, sem ônus para este:

12.6.1 TV e Cinema: uma cópia em XDCam HD, Betacam, uma cópia em DVD e um arquivo em mpeg;

12.6.2 Internet: uma cópia em mídia (CD/DVD), com os arquivos que constituíram a campanha ou peça;

12.6.3 Rádio: uma cópia em mídia (CD/DVD), com arquivo áudio e mp3;

12.6.4 Mídia impressa e material publicitário: uma cópia em CD/DVD, com arquivos em alta resolução, abertos e finalizados, com as fontes utilizadas, após a conclusão dos serviços;

12.7 Inserir os arquivos referidos no item 10.5 no 'FTP' da Assessoria de Publicidade, após a conclusão dos serviços, quando solicitado pela mesma;

12.8 Enviar preposto(s) para reuniões com a PMC, sempre que solicitado, de acordo com a demanda explicitada pela Assessoria de Publicidade;

12.9 Manter contato formal, por escrito, frequentemente com a Assessoria de Publicidade para atendimento e posicionamento sobre as demandas, sempre que estiverem em andamento os trabalhos solicitados;

12.10 Somente reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem da Assessoria de Publicidade, se previamente os identificar e tiver sido por eles expressamente autorizada;

12.11 Ceder definitivamente a PMC os direitos patrimoniais sobre o resultado final dos serviços ou do material advindo dos serviços objetos de publicidade e propaganda;

12.12 Providenciar o necessário registro e aprovação dos materiais e serviços junto aos Órgãos competentes;

12.13 Participar das reuniões agendadas pelos representantes da Assessoria de Publicidade, com o objetivo de analisar e submeter à aprovação os serviços, bem como definir novas ações de trabalho;

12.14 Manter durante a execução do contrato todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação, inclusive mantendo, em quantidade e nível técnico, o corpo de profissionais apresentados para comprovação da capacidade de atendimento do proponente, de forma a garantir a perfeita e ininterrupta execução dos serviços contratados, não sendo aceitável atraso sob a justificativa de férias, descanso semanal, licenças em geral, falta ao serviço, demissão e outros análogos;

12.15 Quando, por motivo de força maior, houver necessidade de modificação do serviço no que tange ao material especificado ou definido inicialmente, submeter o pretendido à Assessoria de Publicidade para que a mesma, após análise, defina pela aprovação ou não do pleito;

- 12.16 Não introduzir, seja a que título for, nenhuma modificação na especificação dos serviços, sem o consentimento prévio, e por escrito, da Assessoria de Publicidade;
- 12.17 Atender, com presteza, as reclamações sobre os serviços de modo a reparar, corrigir, remover ou substituir, total ou parcialmente, às suas expensas, os serviços objeto do Contrato em que se verifiquem vícios, defeitos ou incorreções, resultantes de execução irregular ou de materiais não correspondentes ao especificado inicialmente;
- 12.18 Comunicar à Assessoria de Publicidade qualquer anormalidade que interfira no bom andamento e resultado dos serviços solicitados;
- 12.19 Apresentar esclarecimentos, quando solicitados formalmente pela Assessoria de Publicidade, sobre fatos relevantes no transcorrer da execução dos projetos, no prazo de até 01 (um) dia útil;
- 12.20 Designar preposto do setor de Atendimento que detenha poderes para resolução de possíveis ocorrências durante a execução dos serviços e que seja responsável pelo bom andamento dos mesmos e possa tomar as providências pertinentes para que sejam corrigidas todas as falhas detectadas;
- 12.21 Não contratar os serviços de terceiros sem prévia e expressa anuência da Assessoria de Publicidade Da PMC;
- 12.24 Responsabilizar-se, integralmente, pelos atrasos nos prazos de entrega decorrentes de descumprimentos de orientações da Assessoria de Publicidade e de seus prepostos;
- 12.28 Tomar providências cabíveis e imediatas em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções do serviço, a partir da comunicação da Assessoria de Publicidade, respeitando as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da contratada pelos serviços realizados até a data das ocorrências, desde que aquelas não sejam causadas pela própria contratada ou por terceiros por ela contratados.

13. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

A CONTRATANTE obriga-se a:

- 13.1 Fornecer os subsídios necessários para elaboração dos serviços e prestando as informações e os esclarecimentos que venham a ser solicitados;
- 13.2 Comunicar sobre as ocorrências de quaisquer fatos que, a seu critério, exijam medidas corretivas por parte daquela;
- 13.3 Determinar a prioridade dos serviços e controle dos prazos de execução dos mesmos, dirimindo as dúvidas acerca de quaisquer casos concernentes a estes assuntos;
- 13.4 Recusar os serviços que não tenham sido executados de acordo com as solicitações, ordens de serviços e especificações, ou em desconformidade.

14. DA FISCALIZAÇÃO

- 14.1. A fiscalização da contratação será exercida por um ou mais representantes da Administração, conforme portaria específica para tal fim, ao(s) qual(s) competirá dirimir as dúvidas que surgirem no curso da execução do contrato, e de tudo dará ciência à

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

Administração.

14.2. Indica-se como fiscal do contrato a servidora Daniela Cairo Santos de Freitas, e como suplente o seu substituto legal Otávio Alvares de Almeida Filho.

15. REQUISITOS PARA HABILITAÇÃO

15.1. Habilitação jurídica, qualificação técnica, qualificação econômico-financeira, regularidade fiscal, declaração do cumprimento do disposto no Inciso XXXIII, do Art. 7º da Constituição Federal, conforme dispuser o Edital de licitação;

15.2. Para qualificação técnica será (ão) exigido(s) atestado(s) de capacidade técnica, relação de aparelhamento técnico e relação de pessoal.

15.3.a) 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;

a1) 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;

a2) 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).

b) Certificado de qualificação técnica de funcionamento perante o Conselho Executivo de Normas-Padrão (CENP) dentro do prazo de validade, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

b2) o documento obtido no *site* do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Permanente de Licitação.

c) Relação do aparelhamento técnico disponível 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;

d) Relação nominal do pessoal adequado e disponível, contendo nome e qualificação de cada um dos membros da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos;

d1) Os profissionais 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 contratante;

d2) A qualificação dos profissionais 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.

e) 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.

16. REQUISITOS DA PROPOSTA TÉCNICA

16.1 - A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada em 4 (quatro) quesitos: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO e RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO e com os subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
I – Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
II – Capacidade de Atendimento	
III – Repertório	

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

IV - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	
--	--

16.1.1 - A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

16.2 - QUESITOS

16.2.1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos RACIOCÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, IDEIA CRIATIVA e ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA, elaborado com base no Termo de Referência - ANEXO I, no Briefing - ANEXO II e nas orientações do Edital, observadas as seguintes disposições:

a) Formatação realizada conforme subitem 16.4.1 a seguir;

b) Elaboração em 2 (duas) vias, quais sejam:

b.1) Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada;

b.1.1) será vedada a aposição, a qualquer parte da VIA NÃO IDENTIFICADA do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do envelope da Via Identificada;

b.1.2) o envelope destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido pela PREFEITURA DE CAMARAGIBE, sem nenhum tipo de identificação;

b.1.3) O envelope padronizado com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só será recebido pela Comissão Permanente de Licitação se não apresentar marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante;

b.2) Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada.

b.2.1) A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa;

16.3 - SUBQUESITOS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

16.3.1 - Raciocínio Básico: composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as necessidades de comunicação publicitária da PREFEITURA DE CAMARAGIBE, o desafio de comunicação e os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressos no *Briefing*.

16.3.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: constituída de texto em que o licitante apresentará as linhas gerais das propostas para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expresso no briefing compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

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

16.3.3 - Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, conforme briefing, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, com comentários sobre a construção criativa de cada peça e ou material, podendo ser em texto corrido ou tópicos, a critério dos licitantes;

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária;

c) os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 16.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material e a seu detalhamento no caso das peças não corporificadas que eventualmente irão compor a campanha;

d) Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 16.3.3 estão limitados a 5 (cinco), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, podendo ser apresentados sob qualquer forma impressa – desde roteiro, layout e ou storyboard impressos, para qualquer meio; descritivos e gráficos impressos para protótipo; detalhamento impresso de roteiros para realização de peças destinadas a rádio e internet;

I. Todos os exemplos devem ser apresentados em substrato papel, conforme demais normativas do certame.

II. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado na forma 'exemplificada', a relação prevista na alínea 'a' do **subitem 16.3.3** deverá ser elaborada em dois blocos (de texto ou de tópicos, conforme escolha da licitante): um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante que não será exemplificado.

III. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, sem suporte e/ou passe-partout. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

IV. Cada peça e ou material impresso deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, roteiro de filme TV, roteiro de spot para rádio, anúncio em revista, frames de banner para internet, etc.) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do **subitem 16.3.3**

e) Para fins de cômputo das peças que podem apresentadas 'exemplificadas', até o limite de que trata a alínea 'a' do **subitem 16.3.3**, devem ser observadas as seguintes regras:

- I. as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- II. cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- III. peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de fingers – entre outros), apenas será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;
- IV. um hot site e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- V. um filme e o hot site em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- VI. um banner e o hot site para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- VII. um hot site cuja página de abertura e/ou demais páginas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hot site, será considerado apenas uma peça.

16.3.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia constituída de:

a) Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no *Briefing*, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) Conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público alvo, apresentados sob a forma de texto, permitida a inclusão de tabelas (não superior a cinco);

c) 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;

d) Simulação de plano de distribuição das peças de que trata a alínea "ideia criativa", acompanhada de memória, em que se explicitem e se justifiquem as premissas assumidas.

16.3.4.1- Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de distribuição das peças e ou material;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

16.3.4.2 - Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art.11 da Lei nº 4.680/1965;

c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

16.4 - Formatação do Plano de Comunicação Publicitária

16.4.1 - O caderno específico que compõe o PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA deverá observar a seguinte formatação:

- a) Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;
- b) Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, ambas em branco.
- c) Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato;
- d) Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- e) Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) Espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) Alinhamento justificado do texto;
- h) Texto e numeração de páginas em fonte “arial”, cor “automático”, tamanho “12 Pontos”;
- i) Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos.

16.4.2 - Os textos do RACIOCÍNIO BÁSICO, da ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA e da relação de peças e ou material prevista no subitem de IDEIA CRIATIVA estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.

16.4.3 - Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA não têm limitação quanto ao número de páginas.

16.4.4 - Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto IDEIA CRIATIVA deverão ser apresentados separadamente (soltas) do RESPECTIVO caderno. Podem ser apresentados em papel A3 dobrado, sem suporte e ou *passe-partout*, observado o disposto na alínea b.1.3 no subitem 16.2.1.

16.4.5 - As tabelas e gráficos integrantes dos subquestos RACIOCÍNIO BÁSICO e ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA poderão:

- a) ser editados em cores;
- b) ter seu conteúdo editado com a fonte "arial", tamanho "10 pontos";
- c) ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) páginas.

16.4.6 - As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA poderão:

- a) ser editados em cores;
- b) ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;
- c) ser apresentados em papel A3 dobrado.

16.4.7 - O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA, deverá constituir-se em **CÓPIA DA VIA NÃO IDENTIFICADA, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa**, com a identificação da licitante e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

16.5 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

16.5.1 - Capacidade de Atendimento: tanto geral, considerando-se a totalidade dos setores do licitante, quanto específica, no que diz respeito ao setor de atendimento propriamente dito. Esse tópico, a ser abordado sob a forma de textos sem anexos, deve incluir:

a) Quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor da licitante (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;

a.1) a qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;

a.2) os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia do CONTRATANTE.

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, produção e veiculação.

c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;

d) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

16.6 – REPERTÓRIO

16.6.1 - O repertório é composto por um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pelo licitante, na 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;

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

16.6.3 - Serão considerados trabalhos veiculados registrados a partir de 01 de janeiro de 2008.

16.6.4 - Serão vedados os trabalhos que tiverem qualquer referência direta ou indireta à PREFEITURA DE CAMARAGIBE.

16.6.5 - Com exceção daquele(s) apresentado(s) pelas agências vencedoras desta Licitação, os demais repertórios serão devolvidos aos Licitantes no prazo de 30 (trinta) dias contados da data da publicação do resultado final da licitação, conforme solicitação do licitante, **sob pena de serem destruídos.**

16.7 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

16.7.1 - A licitante deverá apresentar, 2 (dois) relatos de soluções de problemas de comunicação, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

16.7.2 - As propostas de que trata o subitem anterior devem ter recebido a autorização para sua produção ou ter sido veiculada a partir de 1º de janeiro de 2008.

16.7.3 - Os relatos deverão estar devidamente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a PREFEITURA DE CAMARAGIBE, seja ou tenha sido signatária.

16.7.4 - A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pelo licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.

16.7.5 - Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função.

16.7.6 - Para cada relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows;

b) as peças gráficas poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não;

c) Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

17. REQUISITOS DA PROPOSTA DE PREÇOS

17.1. A Proposta de Preços deverá ser apresentada de forma impressa em papel timbrado da licitante, em **02 (duas) vias**, através de edição eletrônica de textos, sem emendas, ou rasuras, com todas as páginas numeradas, rubricadas e a última, datada e assinada pelo titular da licitante ou procurador legalmente designado, contendo ainda razão social, endereço e CNPJ da licitante e atendendo aos requisitos abaixo.

a) Carta de Apresentação da Proposta de Preços, conforme o modelo fornecido (**ANEXO VI** deste Edital);

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

Avenida Dr. Belmino Correia, N° 3038 1º andar – Timbi – Camaragibe-PE – CEP:54768-000

CNPJ/MF N° 08.260.663/0001-57 – Tel: (81) 2129-9532 – www.camaragibe.pe.gov.br e cpl@camaragibe.pe.gov.br

b) Data de formulação da oferta, validade da proposta (não inferior a 60 dias) 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.**

17.2. A Proposta de Preço deverá conter:

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

a) Percentual de desconto a ser concedido à PREFEITURA DE CAMARAGIBE, sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco;

b) Honorários (em percentual) de até 15% (quinze por cento), a serem cobrados da à PREFEITURA DE CAMARAGIBE, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da(s) contratada(s).

17.2.2. 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.

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

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

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

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

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

17.3. 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.

17.4. Não será considerada qualquer oferta de vantagem não prevista neste Edital, nem preço ou vantagem baseada nas ofertas das demais licitantes.

17.5. Em caso de divergência entre dados numéricos e valores por extenso, prevalecerá este último. Havendo erro de cálculo a Comissão de Licitação efetuará as retificações e considerará, para efeito de julgamento, o valor com as retificações efetuadas.

18. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

18.1 – As propostas técnicas serão julgadas, avaliadas e classificadas de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado definidos neste Edital, aferindo-se a nota a partir do somatório dos pontos obtidos nos quesitos técnicos constantes da proposta do licitante.

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

18.3 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:

18.3.1 - Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

- a) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- b) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela PREFEITURA DE CAMARAGIBE, conforme o Briefing em anexo.
- c) das necessidades de comunicação da PREFEITURA DE CAMARAGIBE para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s), conforme o Briefing em anexo.

18.3.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da PREFEITURA DE CAMARAGIBE e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme o Briefing em anexo.
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da PREFEITURA DE CAMARAGIBE com seus públicos;
- d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

18.3.3 - Ideia Criativa

- a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação da PREFEITURA DE CAMARAGIBE, conforme o Briefing em anexo.
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- h) a exequibilidade das peças e ou do material;
- i) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

18.3.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;

d) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;

e) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

18.4 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

a) o conceito de seus produtos e serviços no mercado;

b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;

c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da PREFEITURA DE CAMARAGIBE;

d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

e) a operacionalidade do relacionamento entre a PREFEITURA DE CAMARAGIBE e a licitante, esquematizado na proposta;

f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da PREFEITURA DE CAMARAGIBE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

18.5 - REPERTÓRIO

13.5.1 - O repertório é 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;

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

18.5.3 - Serão vedados os trabalhos que tiverem qualquer referência direta ou indireta à PREFEITURA DE CAMARAGIBE.

18.6 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

- a) a evidência de planejamento publicitário;
- b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) a relevância dos resultados apresentados;
- d) a concatenação lógica da exposição.

18.7 - A nota da Proposta Técnica será apurada atribuindo aos quesitos ou subquesitos, no máximo, os seguintes pontos:

18.7.1 - Raciocínio Básico: máximo de **10 (dez) pontos**, da seguinte forma:

- a) conhecimento das características gerais da PREFEITURA DE CAMARAGIBE: **1,0 (um) ponto;**

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

b) conhecimento genérico dos serviços prestados pela PREFEITURA DE CAMARAGIBE: **2,0 (dois) pontos;**

c) adequada compreensão da linha de atuação específica da PREFEITURA DE CAMARAGIBE: **3,0 (três) pontos;**

d) acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de divulgação e comunicação dessa específica linha de atuação: **4,0 (quatro) pontos.**

18.7.2- Estratégia de Comunicação: máximo de **20 (vinte) pontos**, da seguinte forma:

a) formulação do conceito, dos quais **5,0 (cinco) pontos** para a compreensão do tema hipotético e **5,0 (cinco) pontos** para o desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito. Total: **10 (dez) pontos;**

b) formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação: **10 (dez) pontos.**

18.7.3 - Idéia Criativa: máximo de **20 (vinte) pontos**, da seguinte forma:

a) estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha: **7,0 (sete) pontos;**

b) capacidade de síntese da estratégia de comunicação: **3,0 (três) pontos;**

c) cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida: **3,0 (três) pontos;**

d) originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem: **7,0 (sete) pontos.**

18.7.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de **15 (quinze) pontos**, da seguinte forma:

a) conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação: **3,0 (três) pontos;**

b) capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia: **3,0 (três) 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, **0 (quatro) pontos;**

d) consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulada na proposta: **5,0 (cinco) pontos.**

18.7.5 - Capacidade de Atendimento: máximo de **15 (quinze) pontos**, da seguinte forma:

a) capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura, dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da PREFEITURA DE CAMARAGIBE: **8,0 (oito) pontos;**

b) sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos quesitos: operacionalidade, segurança, presteza no atendimento às solicitações e grau de liberdade conferido à PREFEITURA DE CAMARAGIBE na escolha de soluções alternativas: **7,0 (sete) pontos.**

18.7.6 - Repertório: máximo de **10 (dez) pontos**

a) capacidade técnica e artística revelada pelo 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: **10 (dez) pontos.**

18.7.7 - Relato de Soluções de Problemas de Comunicação: máximo de 10 (dez) pontos.

- a) a evidência de planejamento publicitário; **2,5 (dois e meio) pontos;**
- b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; **2,5 (dois e meio) pontos;**
- c) a relevância dos resultados apresentados; **2,5 (dois e meio) pontos;**
- d) a concatenação lógica da exposição. **2,5 (dois e meio) pontos;**

18.8 – Os números de pontos indicados em cada quesito relacionado nos subitens anteriores serão consideradas, como notas máximas, para efeito de atribuição das notas.

18.9 – A nota será atribuída partindo de uma escala de **0,0 (zero) ponto** até a quantidade de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais.

18.9.1 - Para efeito de aferição da nota de cada quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como pontuação 4 (quatro) NÍVEIS DE NOTAS, de acordo com a seguinte escala referente à nota máxima de cada quesito ou subquesito:

Não abordado ou Erroneamente abordado – 0% da nota máxima

Insuficientemente abordado – 20% da nota máxima

Satisfatoriamente abordado – 70% da nota máxima

Plenamente abordado – 100% da nota máxima

18.10 - A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Subcomissão Técnica, a qual deverá elaborar ata de julgamento dos quesitos e subquesitos da proposta técnica, bem como de planilhas com as pontuações e respectiva justificativa escrita das razões que fundamentaram tais pontuações em cada caso, de acordo com os incisos IV, V e VI do § 4o da Lei nº 12.232/2010.

18.11 - A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

18.11.1 - Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, 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 ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

18.12- Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do edital, do Termo de Referência e de seus anexos;
- b) não alcançar, no total, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;
- c) obtiver pontuação 0,00 (zero) em quaisquer dos quesitos ou subquesitos.

18.13 - As propostas técnicas serão classificadas pela ordem decrescente de pontuação, considerando o somatório de pontos atribuídos aos quesitos, respeitado o mínimo de 50 (cinquenta) pontos.

19. PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS considerando os itens DESCONTO e HONORÁRIO

19.2.1. As propostas de preços serão julgadas, avaliadas e classificadas de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado, aferindo-se a nota de acordo com os critérios estabelecidos na tabela a seguir:

ITEM	DESCONTO e HONORÁRIO	NOTA
01	Desconto (em percentual) a ser concedido à PREFEITURA DE CAMARAGIBE, sobre os custos internos, baseados na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco.	<ul style="list-style-type: none"> • Desconto igual a 0,0% <p>Nota = 0,00</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desconto superior a 0,0%: <p>Nota = 1,5 x Desconto</p> <p>Nota máxima: 60 pontos</p>
02	Honorários (em percentual) a serem cobrados à PREFEITURA DE CAMARAGIBE, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada. Percentual Máximo: 15%	<ul style="list-style-type: none"> • Honorário igual a 15%: <p>Nota = 0,00</p> <ul style="list-style-type: none"> • Honorário inferior a 15% <p>Nota = 8,0 x (15-honorário)</p> <p>Nota máxima: 40 pontos</p>

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

19.2.3. Será desclassificada a proposta de preços:

a) Deixar de apresentar documentos ou apresentá-los em desacordo com as normas deste Edital;

b) Oferte vantagem não prevista neste Edital, ou preço ou vantagem baseada nas ofertas dos demais licitantes;

c) 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 subsequentes.

20. CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS (NOTA FINAL)

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

$$\text{Nota Final} = (\text{Nota técnica} \times 0,60) + (\text{Nota de preços} \times 0,40)$$

20.3.2. A classificação das propostas far-se-á em ordem decrescente considerando os valores das Notas Finais;

20.3.3. A proposta classificada em **primeiro lugar**, com a maior Nota Final, será considerada vencedora do certame;

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

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

21.1. O prazo para execução do objeto desta licitação será de 12 (Doze) meses, contados a partir da data de assinatura do contrato.

21.2. Na execução do objeto desta licitação não será permitida a prestação dos seguintes serviços: assessoria de imprensa, relações públicas, promoções, patrocínios, organização de eventos e montagem de feiras e exposições;

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

21.4. Todo serviço a ser prestado pelas contratadas deverão ser precedido da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, o qual, após aprovação da PREFEITURA DE CAMARAGIBE, gerará Ordem de Execução de Serviços a ser expedida pela PREFEITURA DE CAMARAGIBE, 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;

21.5. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º da Lei N° 12.232 de 29 de abril de 2010.

21.5.1. O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no subitem 21.5 deste Edital exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

pretendido.

21.5.2. O contratado procederá à coleta de orçamentos previstos no subitem 21.5.3 de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

21.5.4 O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na [alínea a do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993](#), está dispensado do procedimento previsto no subitem 21.5.2 deste Edital.

21.6. 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.

21.6.1. 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.

21.7. 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, sob responsabilidade do contratante, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

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

21.8. As agência contratada 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.

21.9. 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 DE CAMARAGIBE.

21.10. 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 pela PREFEITURA DE CAMARAGIBE, estando vedada a subcontração de serviços afetos à criação/concepção das ações de publicidade.

21.11. 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 DE CAMARAGIBE, 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.

21.12. As imagens brutas captadas para realização de vídeos e filmes, durante a vigência do contrato, deverão ser cedidas a PREFEITURA DE CAMARAGIBE.

22. DIREITOS AUTORAIS

22.1. A contratada cede à **contratante**, durante a vigência do contrato, 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 do contrato a ser firmado;

22.2. 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 DE CAMARAGIBE do uso das peças publicitárias e do material bruto;

22.3. 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;

22.4. 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**.

23. DAS PENALIDADES

Pela inexecução total ou parcial de Contrato, bem como, pela inexecução dos níveis de serviços e requisitos técnicos requeridos no Termo de Referência (ANEXO I) e Briefing (ANEXO II) do Edital, integrantes deste instrumento, a **CONTRATANTE**, garantida a prévia defesa em processo administrativo específico, poderá aplicar à **CONTRATADA** as seguintes sanções:

a. Advertência;

b. Multa, de até 5% (cinco) sobre o valor total do Contrato, a critério da **CONTRATANTE**, levando-se em conta o prejuízo causado, devidamente fundamentado, devendo ser recolhida no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis a contar da notificação;

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

Avenida Dr. Belmino Correia, N° 3038 1° andar – Timbi – Camaragibe-PE – CEP:54768-000

CNPJ/MF N° 08.260.663/0001-57 – Tel: (81) 2129-9532 – www.camaragibe.pe.gov.br e cpl@camaragibe.pe.gov.br

c. Suspensão temporária da participação em licitações e impedimento de contratar com a Administração, pelo prazo de até 02(dois) anos;

d. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurem os motivos determinadores da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a Autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida desde que a **CONTRATADA** tenha ressarcido à Administração pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada com base na letra anterior;

e. Multa de mora de até 1,00% (um por cento) do valor mensal relativo ao faturamento do mês da infração, por dia de atraso, na implantação ou execução dos serviços contratados, tudo conforme apuração em procedimento administrativo.

PARÁGRAFO ÚNICO – Para a aplicação das penalidades, deverá ser observado:

a. A autuação deverá acontecer tão logo se verifique a ocorrência, restando à **CONTRATADA**, o prazo de 10(dez) dias úteis para a apresentação da defesa no que lhe achar pertinente, após o recebimento da notificação emitida pela **CONTRATANTE**;

b. Decorrido o prazo de defesa sem que a **CONTRATADA** se pronuncie ou se a ocorrência for considerada procedente, a mesma será notificada que o valor devido será deduzido da primeira fatura a ser apresentada;

c. As infrações serão consideradas reincidentes se, no prazo de 07(sete) dias corridos a contar da notificação da ocorrência, a **CONTRATADA** cometer a mesma ou outra infração, cabendo-lhe, neste caso, a aplicação **EM DOBRO** das multas correspondentes, sem prejuízo das outras penalidades;

d. Ao aplicar a penalidade, a autoridade julgadora deverá considerar o grau de intensidade da ocorrência e as circunstâncias agravantes e atenuantes que possam ter concorrido para o evento.

Camaragibe, 26 de Janeiro de 2022.

Arthur Cunha

Secretário de Comunicação

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

Avenida Dr. Belmino Correia, N° 3038 1° andar – Timbi – Camaragibe-PE – CEP:54768-000

CNPJ/MF N° 08.260.663/0001-57 – Tel: (81) 2129-9532 – www.camaragibe.pe.gov.br e cpl@camaragibe.pe.gov.br

BRIEFING(ANEXO II)

OBJETO: Contratação de serviços de publicidade e propaganda, planejamento de comunicação e marketing, a serem prestados por agência de publicidade e propaganda, para atender demandas da PREFEITURA DE CAMARAGIBE.

Janeiro/2022

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

85

Avenida Dr. Belmino Correia, N° 3038 1° andar – Timbi – Camaragibe-PE – CEP:54768-000

CNPJ/MF N° 08.260.663/0001-57 – Tel: (81) 2129-9532 – www.camaragibe.pe.gov.br e cpl@camaragibe.pe.gov.br

1. CONCEITO

O termo publicidade institucional quando aplicado à gestão pública, designa todas as ações de comunicação institucional de interesse maior da população, desde a prestação de contas às ações da gestão municipal, envolvendo diretamente o poder executivo através das diversas secretarias.

A publicidade institucional, mesmo tendo a população como público fundamental de suas ações, também é um importante alvo da comunicação institucional para os funcionários e colaboradores da administração municipal, considerando-se a importância de integrá-los aos objetivos da gestão.

Integra também este conceito a publicidade de programas específicos do poder executivo, que tem como foco as ações de comunicação voltadas para determinados segmentos da população visando a divulgação de um programa em particular ou serviço da gestão. Concentra-se em divulgar os programas específicos da gestão municipal, estabelecendo uma ponte entre estes programas e os públicos aos quais estão dirigidos, fomentando sempre a ação conjunta na busca do bem comum. Entre os programas específicos do poder executivo municipal que integram este conceito e o objeto desta licitação, encontra-se o *programa de recuperação da capacidade financeira do município*, no qual as campanhas de arrecadação de IPTU terão um papel fundamental.

É importante destacar que a divulgação dos programas específicos do poder executivo municipal deve ter como objetivo implícito dar relevo aos princípios de democratização da informação, de participação e de interatividade entre o governo municipal e a população, tornando estes programas e seus benefícios não apenas conhecidos, mas acessíveis aos seus públicos-alvo.

2. OBJETIVO

As agências deverão apresentar um modelo de campanha simulada de arrecadação de tributos através da cobrança do IPTU do município. Ligado diretamente à Secretaria Municipal de Finanças o programa de recuperação da capacidade financeira do município é uma prioridade estratégica da atual gestão da Prefeitura de Camaragibe e uma de suas vertentes é a cobrança do IPTU. A ideia é aproveitar o momento de confiança e percepção positiva em relação à gestão e conclamar os contribuintes a colaborar com a construção de uma vida nova para Camaragibe, quitando ou parcelando seus débitos com o fisco municipal.

É indispensável que ao construir sua estratégia, as licitantes demonstrem sua compreensão das necessidades de comunicação, propondo a conceituação da mensagem principal. Também deve ser proposta a síntese desta mensagem sintonizada com um conceito e/ou ideia criativa. Ao desenvolver a estratégia de comunicação, assim como a campanha simulada fruto desta base estratégica, caberá a cada concorrente demonstrar a capacidade de desdobramento e aplicabilidade do conceito proposto, tomando como fundamento criativo as informações disponibilizadas no briefing.

Desta forma, cada uma das concorrentes deve também apresentar roteiros, layouts, frames e interfaces para internet, ações de *no media* e textos de base informativa e persuasiva, ficando facultado às agências apresentar exemplos de filmes e de spots de rádio, caso julguem necessários para a melhor visualização e apresentação da campanha.

3. PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

Considerando que o IPTU é uma das principais fontes de renda própria do município, cujo valor da arrecadação retorna à cidade em forma de investimentos em obras e ações, a publicidade deve ter um tratamento especial na divulgação da importância de os munícipes estarem em dia com os cofres públicos, no tocante ao pagamento deste importante tributo.

O sucesso desta ação depende diretamente da adesão e conhecimento dos contribuintes de IPTU. Daí a necessidade de a campanha atingir a sensibilidade e o interesse destes segmentos de público para que sejam multiplicadores do programa que tem como meta o fortalecimento da capacidade financeira do município, possibilitando os investimentos que visam melhorar a qualidade de vida e o bem-estar social.

Considerando que se trata de uma ação de cobrança de um tributo municipal e que os benefícios se projetam apenas numa perspectiva de médio ou longo prazo é papel da comunicação mostrar aos contribuintes que esta ação hoje tem como objetivo trazer benefícios para todo o município amanhã, melhorando a infraestrutura da cidade e a qualidade dos serviços públicos prestados à população.

4. CAMPANHA SIMULADA

4.1. TEMA DA CAMPANHA

"Pague seu IPTU em dia e Ajude a Construir uma Vida Melhor para a população"

4.2. RECURSOS

Para este segmento da comunicação publicitária deve-se realizar uma campanha simulada, com duração de 12 meses, utilizando-se de uma verba de R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais) para divulgação em todo o município, incluindo todos os custos de veiculação, mídia,

produção e ações promocionais ou de *no media* que porventura venham a serem propostas.

5. CASO DE COMUNICAÇÃO

A dívida ativa do município de Camaragibe, em relação ao IPTU foi construída ao longo de anos de descaso administrativo. A falta de sistemas eficazes de cobrança associada com o péssimo desempenho das gestões anteriores em termos de investimentos em infraestrutura e nos serviços públicos está na base da enorme inadimplência dos contribuintes tanto em relação a este importante tributo municipal. A renúncia fiscal provocada pela ineficácia dos sistemas de cobrança e a falta de estímulo fizeram com que milhares de contribuintes deixassem de cumprir suas obrigações como cidadãos.

A atual gestão da Prefeitura de Camaragibe está trabalhando intensamente para mudar essa realidade. Ao longo do último mês, a população está vivendo e experimentando o início de um novo ciclo de desenvolvimento para o município. Depois de anos de estagnação, desmandos, corrupção e incompetência administrativa, a atual Gestão está tomando uma série de decisões e assumindo a coordenação e a liderança do processo de retomada do crescimento do município.

A Prefeitura de Camaragibe está "arrumando a casa", recuperando o equilíbrio financeiro, implantando um novo modelo de gestão. Está, gradativamente, melhorando a qualidade da prestação dos serviços públicos e resgatando a confiança da população na Administração Pública Municipal. As mudanças estão acontecendo e são percebidas pela população. Este é o compromisso e o desafio permanente da atual gestão municipal: mudar de verdade a cidade, melhorar a qualidade de vida, promover o resgate da autoestima da população e promover o desenvolvimento econômico de Camaragibe.

A hora exige a participação de todos e certamente este é um momento especial que deve ser aproveitado pela Gestão Municipal para conscientizar e sensibilizar os contribuintes e o sucesso desta ação depende diretamente da adesão e da participação dos mesmos.

Para sensibilizar e despertar o interesse do público-alvo desta campanha, além do momento especial em que se encontra o município, a Prefeitura vai, com base na Legislação Municipal, conceder descontos para aqueles que decidirem ficar em dia com Camaragibe, pagando o IPTU de uma só vez. Estão previstos descontos de 30% para os contribuintes que optarem pelo pagamento em parcela única.

Portanto é papel desta campanha sensibilizar e estimular os contribuintes, tanto com as vantagens que a lei oferece quanto com a conscientização de que esta ação hoje tem como objetivo trazer benefícios para todo o município amanhã, melhorando a infraestrutura da cidade e a qualidade dos serviços públicos prestados a toda população.

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

Avenida Dr. Belmino Correia, N° 3038 1° andar – Timbi – Camaragibe-PE – CEP:54768-000

CNPJ/MF N° 08.260.663/0001-57 – Tel: (81) 2129-9532 – www.camaragibe.pe.gov.br e cpl@camaragibe.pe.gov.br

A seguir serão descritas algumas ações que se destacaram dentre muitas que foram realizadas nesses primeiros meses da atual gestão:

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O que se observa nesta campanha é que as licitantes deverão agir de forma criativa não apenas na produção das peças, mas, principalmente, no desenvolvimento de estratégias acessíveis e de baixo dispêndio de recursos que possam sensibilizar o máximo possível de pessoas da população de interesse da campanha. Conhecer o perfil dos formadores de opinião e da população é, portanto, fundamental aos melhores resultados, sem abandonar a tradicional e necessária segmentação demográfica deste público.

Camaragibe, 26 de Janeiro de 2022.

Arthur Cunha

Secretário de Comunicação

ANEXO III - DECLARAÇÕES

MODELO 01 - DECLARAÇÃO DE PLENO ATENDIMENTO AOS REQUISITOS DE HABILITAÇÃO

À
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMARAGIBE
Ref.: PL N°0X/2022. CCP N° 0XX/20XX/PMCG - Comissão Permanente de Licitação/CPL

A empresa _____, CNPJ nº _____, por intermédio do seu representante legal abaixo assinado, declara sob as penalidades da lei, para fins de participação na CONCORRÊNCIA nº ____/2021, que:

- 1) os documentos que compõem o presente Edital foram colocados à disposição e que tomou conhecimento de todas as informações, condições locais e grau de dificuldade dos serviços a serem executados, para o total cumprimento das obrigações objeto desta licitação;
- 2) não se encontra declarada inidônea para licitar ou contratar com órgãos ou entidades da Administração Pública Federal, Estadual, Municipal e do Distrito Federal;
- 3) inexistem fato(s) impeditivo(s) à sua habilitação estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores;

4) não possui em seu quadro menor de 18 anos de idade em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, nem menor de 16 anos de idade em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir dos 14 anos, em cumprimento ao disposto no inciso V do art. 27 da Lei 8.666/93 (cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal), sob pena de sujeição às penalidades previstas no Edital do CONCORRÊNCIA nº XXX/2021- PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMARAGIBE.

APENAS PARA O CASO DE MPE, QUE QUEIRA USUFRUIR DOS BENEFÍCIOS PREVISTOS NA LC 147/2014, DEVERÁ SER INCLUÍDA A SEGUINTE DECLARAÇÃO:

5) Se enquadra na condição de MPE, nos termos do Art. 3º da LC 147/2014 e não está inserida nas excludentes hipóteses do § 4º daquele Artigo.

Município, (dia, mês e ano)

.....
Assinatura e nome do representante legal da empresa

Obs.: Esta declaração deverá ser apresentada em papel timbrado da licitante.

ANEXO III - DECLARAÇÕES

MODELO 02 - REQUERIMENTO DE TRATAMENTO DIFERENCIADO/DECLARAÇÃO DE ME/EPP/MEI

À
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMARAGIBE

Ref.: PL N°0X/2022. CCP N° 0XX/20XX/PMCG - Comissão Permanente de Licitação/CPL

PARA MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE (NOME DO EMPRESÁRIO INDIVIDUAL OU SÓCIOS E DEMAIS QUALIFICAÇÕES) _____, da empresa (NOME DA EMPRESA E CNPJ) _____, com sede à (ENDEREÇO DA EMPRESA) _____, na cidade de _____, Estado de _____, para fins de participação na CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º ____/2021 vem DECLARAR que o movimento da Receita Bruta Anual da empresa não excede o limite fixados no art. 3º da Lei Complementar n.º 123/2006, e enquanto Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte vem REQUERER tratamento diferenciado conforme previsto naquele Diploma Legal. Declaramos ainda, que não existe qualquer impedimento entre os previstos nos incisos do §4º do artigo 3º da Lei Complementar Federal nº 123/2006 que impeçam a participação neste certame.

Declaramos também que:

- somos optante do simples nacional.
 NÃO somos optante do simples nacional.

(LOCAL E DATA).

(Nome, identidade, carimbo e assinatura do representante legal da empresa)

ANEXO III - DECLARAÇÕES

MODELO 03 - CARTA DE APRESENTAÇÃO DE DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (MODELO)

À
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMARAGIBE

Ref.: PL N°0X/2022. CCP N° 0XX/20XX/PMCG - Comissão Permanente de Licitação/CPL

Senhor Presidente da Comissão Permanente de Licitação

Em cumprimento ao disposto no Edital epigrafado, que tem como objeto a contratação de serviços de publicidade, 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,

Atenciosamente,

Empresa (Identificação)

Assinatura do representante legal (indicar nome e cargo)

(em papel timbrado da licitante)

ANEXO IV - CREDENCIAMENTO/PROCURAÇÃO

MODELO 01- CREDENCIAMENTO PARA PARTICIPAÇÃO EM CERTAME LICITATÓRIO

À
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMARAGIBE

Ref.: PL N°0X/2022. CCP N° 0XX/20XX/PMCG - Comissão Permanente de Licitação/CPL

O abaixo assinado, na qualidade de responsável legal pela empresa _____, inscrita no C.N.P.J (MF) sob o n° _____, com poderes para outorgar mandato, vêm pela presente informar a V. S^a. que o Sr. _____, portador da Cédula de Identidade n° _____, expedida pela _____, é pessoa designada para representar a nossa empresa, durante o processo licitatório denominado CONCORRÊNCIA n° 004/2021, com plenos poderes para assinar qualquer documento relacionado com o certame retro mencionado, podendo inclusive desistir da interposição de recursos.

Local e data

Responsável legal da empresa (nome e assinatura)

OBS: Esta declaração deverá ser apresentada em papel timbrado da licitante.

ANEXO IV
MODELO 02 - PROCURAÇÃO
MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

Qualificação (nome, endereço, nome empresarial, etc.)

Outorgado

O representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na CONCORRÊNCIA nº XX/2022.

Poderes

Retirar editais, apresentar Propostas e Documentos de Habilitação, participar de sessões públicas de abertura dessas Propostas e Documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

.....-.,.....de de 2022.

EMPRESA

CARGO E NOM

Observações:

1. **Se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada; será necessário comprovar os poderes do outorgante para fazer a delegação acima.**

2. **A credencial para participação no certame e a procuração para firmar compromisso só terão validade com firma reconhecida;**

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

ANEXO V - PROPOSTA DE PREÇOS E VALORAÇÃO (MODELO)

Local e Data

À

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMARAGIBE

Ref.: PL N°0X/2022. CCP N° 0XX/20XX/PMCG - Comissão Permanente de Licitação/CPL

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

1. Objeto: Contratação de serviços de publicidade visando atender as demandas da PREFEITURA DE **CAMARAGIBE**. Os serviços devem observar o caráter educativo, informativo e de orientação social, e se incluírem dentro do conceito de "serviço de publicidade" expresso no art. 2º da Lei N° 12.232, de 29 de abril de 2010, de acordo com o Termo de Referência (ANEXO I) e *Briefings* 1 e 2 (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 DE CAMARAGIBE, 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 DE CAMARAGIBE, incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a **supervisão da(s) contratada(s)**: _____ % (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 a PREFEITURA DE CAMARAGIBE, 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.

6. Prazo de validade da proposta: mínimo de 60 (sessenta) dias contados da data da entrega dos envelopes à Comissão de Licitação.

Empresa (Identificação)

Assinatura do representante legal (indicar nome e cargo)

(em papel timbrado da licitante)

ANEXO VI
MINUTA DE CONTRATO N°

**CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE
SERVIÇOS DE PUBLICIDADE QUE ENTRE
SI CELEBRAM A PREFEITURA DE
CAMARAGIBE POR INTERMÉDIO DA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO E, DE
OUTRO LADO, A
EMPRESA, NA FORMA
ABAIXO ADUZIDA.**

Por este instrumento de Contrato, a **PREFEITURA DE CAMARAGIBE**, pessoa jurídica de direito público interno, inscrito no CNPJ/MF n° 08.260.663/0001-57, com sede na Avenida Dr. Belmino Correia, N° 3038 1º andar – Timbi – Camaragibe-PE, por intermédio da **SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO**, neste ato representada por seu Secretário, **Sr. ARTHUR HENRIQUE DE BORBA CUNHA**, brasileiro, portador do CPF/MF n° 045.755.164-06 residente e domiciliado em Estrada do Encanamento, Casa Forte /PE, neste ato denominada simplesmente **CONTRATANTE** e do outro lado, a Empresa, sediada à, inscrita no CNPJ/MF n.º, Inscrição Estadual n.º, neste ato representado por seu Diretor e/ou Procurador, Sr., RG n.º, CPF n.º, neste ato denominada simplesmente **CONTRATADA**, tem entre si justo e acordado, celebrar o presente CONTRATO de Prestação de Serviços, mediante as seguintes Cláusulas e condições, que mutuamente outorgam e estabelecem, tudo de acordo com o Processo Licitatório n°0XX/2022, realizado na modalidade CONCORRÊNCIA n°001/2022, devidamente homologado pelo Secretário de Comunicação em ___/___/2022, com publicação no D.O., na Edição do dia ___/___/2022, página ___.

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO:

Constitui objeto desta licitação a contratação de serviços de publicidade visando atender as demandas da PREFEITURA DE CAMARAGIBE, de acordo com o Termo de Referência e Briefing (ANEXO I), partes integrantes e inseparáveis do presente Edital.

§1º Os serviços devem observar o caráter educativo, informativo e de orientação social e se **incluam dentro do conceito de "serviço de publicidade" expresso no art. 2º da Lei N° 12.232, de 29 de abril de 2010:**

§2º Na execução do objeto da presente contratação, não será permitida a prestação dos seguintes serviços: assessoria de imprensa, relações públicas, promoções, patrocínios, organização de eventos e montagem de feiras e exposições.

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

Avenida Dr. Belmino Correia, N° 3038 1º andar – Timbi – Camaragibe-PE – CEP:54768-000

CNPJ/MF N° 08.260.663/0001-57 – Tel: (81) 2129-9532 – www.camaragibe.pe.gov.br e cpl@camaragibe.pe.gov.br

CLÁUSULA SEGUNDA - FUNDAMENTAÇÃO LEGAL/ E VINCULAÇÃO AO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO E À PROPOSTA

O presente instrumento tem por fundamentação legal, a da Lei Federal nº. 10.520/02 e Lei nº. 8.666, de 21 de junho de 1993, com as modificações que lhe foram introduzidas através das Leis nº s. 8.883, de 08 de junho de 1994, 9.648, de 27 de maio de 1998 e 9.854, de 27 de outubro de 1999, pelo Decreto Federal nº 57.690, de 01 de fevereiro de 1966.

§ 1º - A CONTRATADA fica obrigada a manter, durante a vigência deste contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, (todas as condições de habilitação exigidas no ato da contratação ou a regularidade com os tributos federais, estaduais e municipais pertinentes, INSS e FGTS).

§ 2º - Este contrato regula-se pelas suas cláusulas, pelas Leis Federais 8.666/93, 10.520/02, 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor), e pelos preceitos de direito público, aplicando-se-lhe, supletivamente, os Princípios da Teoria Geral dos Contratos e as disposições de Direito Privado.

CLÁUSULA TERCEIRA – DO REGIME DE EXECUÇÃO:

A presente contratação é celebrada na forma de execução indireta, em regime de empreitada a preço unitário.

CLÁUSULA QUARTA – DA ESPECIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS:

Os serviços a serem executadas acham-se especificados e detalhados no Termo de Referência (ANEXO I) e Briefing (ANEXO II), que passam a fazer parte integrante e indissociável deste instrumento independente de transcrição

CLÁUSULA QUINTA – DO PRAZO E DA VIGÊNCIA:

O prazo do presente Contrato será de 12 (doze) meses, vigorando a partir da data de sua assinatura/publicidade, podendo este prazo ser prorrogado, consoante disposto no art. 57, da Lei nº 8.666/83 e alterações subsequentes.

CLÁUSULA SEXTA – DO VALOR ESTIMADO

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

Avenida Dr. Belmino Correia, N° 3038 1º andar – Timbi – Camaragibe-PE – CEP:54768-000

CNPJ/MF N° 08.260.663/0001-57 – Tel: (81) 2129-9532 – www.camaragibe.pe.gov.br e cpl@camaragibe.pe.gov.br

6-1 O valor global da contratação é de R\$ 800.000,00 (Oitocentos mil reais), para o prazo de vigência de 12 (doze) meses, podendo este prazo ser prorrogado mediante Termo Aditivo, até o limite previsto no inciso II, do Art. 57, da Lei 8.666/93 e alterações subsequentes.

CLÁUSULA SÉTIMA - DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS:

Os créditos orçamentários para a realização dos serviços objeto desta licitação, correrão por conta da seguinte dotação orçamentária: Unidade Orçamentária: 2028 – Programa de trabalho: 24 122 1056 Divulgação e Informação ao Cidadão- Contratar uma empresa de publicidade: 24 122 4056 2337 0000; Natureza da Despesa: 3.3.90.39 – Fonte de Recurso; 0.01.00 – Valor R\$ 800.000,00.

CLÁUSULA OITAVA - DOS PAGAMENTOS E DO REAJUSTAMENTO E DA REVISÃO DE PREÇOS:

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

§1º) Caso a Nota Fiscal/Fatura seja apresentada após o prazo constante desta cláusula, esta será paga em até 05 (cinco) dias a contar de sua apresentação;

§2º) Caso ocorra erro ou omissão na fatura ou outra circunstância que desaconselhe o seu pagamento, a **CONTRATADA** deverá substituí-la, devendo o prazo para pagamento ser contado da data de apresentação da nova fatura, nos termos do subitem anterior;

§3º) A devolução da Fatura não aprovada pela **CONTRATANTE** ~~e/ou pela~~ **INTERVENIENTE**, por conter incorreções, não poderá servir de pretexto para que a **CONTRATADA** suspenda a execução dos serviços;

§4º) As faturas deverão ser entregues na Secretaria de Comunicação, sob o protocolo, até o 5º (quinto) dia útil do mês seguinte ao da prestação dos serviços faturados, devidamente acompanhadas de cópia de comprovantes de quitação das obrigações patronais referentes ao mês anterior da prestação dos serviços faturados. Após análise técnica feita pelo gestor da contratação sobre os serviços realizados, que, se aprovadas, as referidas faturas serão atestadas e enviadas ao setor financeiro da **CONTRATANTE**, para análise fiscal e posterior pagamento;

§5º) Serão descontados, mensalmente, da fatura os valores decorrentes de indenizações ou de multas eventualmente registradas;

§6º) A **CONTRATANTE** poderá sustar o pagamento de qualquer Nota Fiscal/Fatura, no todo ou em parte, caso seja constatado que a **CONTRATADA** não cumpriu quaisquer das obrigações contratuais assumidas;

§7º) 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;

§8º) Pelos serviços prestados, a **CONTRATADA** será remunerada da seguinte forma:

a) **Custos internos**, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco, conforme percentual de desconto apresentado pela **CONTRATADA** na proposta de preços;

b) Honorários (em percentual) de até 15% (quinze por cento), de acordo com o constante da proposta de preços da **CONTRATADA**, a serem cobrados da **CONTRATANTE**, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da **CONTRATANTE**;

§9º) 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;

§10º) 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;

§11º) 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);

§12º) 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).

8.2 Os preços pactuados não são passíveis de reajustamento, ante as peculiaridades dos serviços contratados, cujos preços referenciais têm por base tabela específica produzida pelo sindicato da categoria profissional correlata, os quais não possuem periodicidade e índices pré-estabelecidos para alteração de valores;

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

8.2.1 A revisão de preços, por interesse da **CONTRATADA**, dependerá de requerimento formal, instruído com a documentação que comprove o desequilíbrio econômico-financeiro do Contrato. Deverá ser instaurada pelo **CONTRATANTE**, entretanto, quando este pretender recompor o preço que se tornou excessivo;

8.2.2 A revisão de preços, se ocorrer, deverá ser formalizada através de celebração de Aditivo Contratual.

CLAUSULA NONA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

Parágrafo Único - A **CONTRATADA** obriga-se a executar os serviços na forma e termos reportados neste instrumento contratual e especificações técnicas contidas no Edital e seus Anexos, bem como na sua proposta de preços, sendo de sua responsabilidade, ainda, o seguinte:

- 1.** Arcar com todos os custos relativos aos encargos sociais e obrigações trabalhistas e previdenciárias relativas à mão-de-obra empregada na execução dos serviços, bem como, impostos, taxas, emolumentos, seguros ou outros valores que incidam, direta ou indiretamente sobre os serviços ora contratados, ficando obrigada a apresentar, em suas faturas, separadamente, o montante dos impostos que correspondam a cada pagamento;
- 2.** Responder por danos causados à **CONTRATANTE** ou a **TERCEIROS**, decorrentes de falhas ou irregularidades na execução dos serviços e que tenham ocorrido por sua culpa ou por ação ou omissão de seus agentes. A **CONTRATADA** responderá apenas por perdas e danos que ocorrerem durante o prazo de vigência deste contrato e que forem comunicados à **CONTRATADA**, por escrito, no prazo de 30 (trinta) dias a contar do conhecimento dos danos causados, desde que este conhecimento se dê em até 60 (sessenta) dias da ocorrência do fato que deu origem ao dano e que este dano seja de possível constatação;
- 3.** Manter, durante toda execução do contrato, as mesmas condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação;
- 4.** Facilitar o acompanhamento e fiscalização dos serviços pela **CONTRATANTE**, guardando o sigilo necessário das informações que vier a tomar conhecimento em razão das suas atividades contratuais;
- 5.** Não vincular pagamentos de sua responsabilidade, aos compromissos decorrentes do presente Contrato;

6. Atender com presteza as reclamações do Fiscal ou Gestor do contrato sobre a qualidade dos serviços executados, providenciando sua imediata correção, sem ônus para a **CONTRATANTE**;

7. Ressarcir à **CONTRATANTE** o equivalente a todos os danos decorrentes de paralisação ou interrupção dos serviços contratados, ou ainda por caso fortuito ou força maior, circunstâncias devidamente comunicadas no prazo de 48 (quarenta e oito) horas;

8. Manter sob sua exclusiva responsabilidade toda a supervisão e direção do pessoal responsável pela execução completa e eficiente dos serviços objeto deste contrato;

9. Os serviços deverão ser executados, conforme venham a ser solicitados pela **CONTRATANTE**, devendo ser entregues, no prazo máximo de 15 (quinze) dias a contar da emissão da Ordem de Serviços emitida pela **Gerência de _____ da CONTRATADA**;

10. Todo serviço a ser prestado pela **CONTRATADA** deverá ser precedido da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, onde constarão as especificações dos serviços, os preços (planilhas de custos/orçamento) e os prazos de execução, devendo ser orçado o valor de cada um dos serviços em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, à sua compatibilidade com os preços de mercado, sob pena de responsabilidade civil;

11. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer à **CONTRATADA** bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º da Lei N° 12.232 de 29 de abril de 2010.

12. O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no item anterior exigirá sempre a apresentação pela **CONTRATADA ao CONTRATANTE** de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

13. A **CONTRATADA** procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

14. O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na [alínea a do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993](#), está dispensado do procedimento previsto no item anterior.

15. 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.

16. 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

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

17. A **CONTRATADA** deverá 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.

18. Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de veiculação, bem como cópias das faturas e duplicatas quitadas emitidas pelos fornecedores subcontratados;

19. 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 aprovado pela **CONTRATANTE**, **vedada a subcontratação de serviços afetos à criação/concepção das ações de publicidade;**

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

21. 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 durante a vigência do contrato, para a **PREFEITURA DE CAMARAGIBE**, que poderá, a seu critério, requisitar, cópias dos originais para comprovação da prestação dos serviços e arquivo próprio, vedada a transferência a agentes de qualquer espécie ou uso, além das finalidades solicitadas em plano de campanha específica;

22. A **CONTRATADA** deverá ceder à **PREFEITURA DE CAMARAGIBE/ INTERVENIENTE**, durante a vigência do contrato, 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;

23. A **CONTRATADA** se compromete a realizar por escrito, a contratação de terceiros para produção de peças publicitárias e a prestação de outros serviços, onde deverá explicitar a cessão, durante a vigência do contrato, à **PREFEITURA DE CAMARAGIBE/INTERVENIENTE**, do uso das referidas peças publicitárias e do material bruto;

24. 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;

25. Toda e qualquer negociação feita pela **CONTRATADA** envolvendo subcontratação, deverá contar obrigatoriamente, com a participação de representante da **CONTRATANTE**, com vistas à maximização dos bônus e descontos contratuais;

26. 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 produzidas durante a vigência deste Contrato;

27. A **CONTRATADA** deverá proceder à retenção e recolhimento dos tributos devidos pelas empresas por ela subcontratadas, quando a mesma revestir a condição de responsável tributário;

28. A **CONTRATADA** deve centralizar o comando da publicidade da **CONTRATANTE** em Recife, ou CAMARAGIBE (PE), onde, para esse fim, manterá escritório. A **CONTRATADA** poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

CLÁUSULA DÉCIMA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

Parágrafo Único - A **CONTRATANTE**, além das obrigações contidas neste contrato por determinação legal, obriga-se:

1. Dar ciência à **CONTRATADA** de qualquer alteração no presente contrato, ficando expressamente esclarecido que qualquer alteração contratual deverá se submetida previamente à apreciação da **CONTRATANTE**;

2. Verificar e aceitar as faturas emitidas pela **CONTRATADA**, recusando-as quando constatado pela **CONTRATANTE** ~~e/ou INTERVENIENTE~~, que as mesmas estão inexatas ou desacompanhadas dos documentos exigidos neste contrato;

3. Efetuar todos os pagamentos oriundos da execução dos serviços, objeto do presente instrumento contratual;

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

Avenida Dr. Belmino Correia, N° 3038 1° andar – Timbi – Camaragibe-PE – CEP:54768-000

CNPJ/MF N° 08.260.663/0001-57 – Tel: (81) 2129-9532 – www.camaragibe.pe.gov.br e cpl@camaragibe.pe.gov.br

4. A **CONTRATANTE** prestará, verbalmente ou por escrito, à **CONTRATADA**, informações que visem esclarecer ou orientar a correta prestação dos serviços;

5. No ato da liquidação da despesa, o setor de contabilidade da **CONTRATANTE** deverá comunicar no que couber, aos órgãos responsáveis pela arrecadação e fiscalização de tributos da União, Estado ou Município, as características e os valores pagos, segundo o disposto no art. 63 da Lei nº 4.320, de 17 de março de 1964;

6. A **CONTRATANTE** deverá advertir a **CONTRATADA** sobre eventuais faltas na execução dos serviços.

7. 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, sob responsabilidade do CONTRATANTE, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

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

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA GARANTIA

As **CONTRATADAS** prestarão, por ocasião da assinatura deste Contrato, em favor da **CONTRATANTE**, garantia fixada em 1% (um por cento) do valor total contratado, podendo optar por uma das modalidades previstos no art. 56, § 1º da Lei 8.666/93 e alterações subsequentes, obedecendo aos critérios a seguir:

a) Optando pela modalidade "**CAUÇÃO EM DINHEIRO**," esta deverá ser prestada, através de DEPÓSITO NA CONTA ÚNICA DA PREFEITURA DE CAMARAGIBE, TIPO "C", N° XXXXXXX – SECRETARIA DA, AGÊNCIA XXXX – XXXXX, BANCO XXXX. Se o depósito for feito em cheque, este só será aceito se já devidamente compensado;

b) Os Títulos da Dívida Pública devem ser emitidos em forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda, (conforme Inciso I do § 1º do art. 56 da Lei nº 8.666/93, com a redação dada pelo art. 26 da Lei nº 11.079, de 30 de dezembro de 2004);

c) Nas modalidades "FIANÇA BANCÁRIA ou SEGURO GARANTIA", o beneficiário será a SECRETARIA DA, AGÊNCIA XXXX – XXXXX, BANCO XXXX.. As referidas

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

modalidades somente serão aceitas desde que tenham anexo a comprovação dos poderes das pessoas físicas signatárias dos documentos;

d) Cumprido fielmente o Contrato, a garantia prestada será restituída à **CONTRATADA**, descontados eventuais débitos que esta vier a ter com a **CONTRATANTE**;

d.1) A garantia somente será liberada após a comprovação do pagamento de todos os encargos trabalhistas e previdenciários, por parte da **CONTRATADA**, mediante cópia autenticada de todos os documentos exigidos pela legislação, de cada um de seus empregados, referente ao mês anterior.

CLAUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DOS ACRÉSCIMOS OU SUPRESSÕES DOS SERVIÇOS

Caso haja necessidade, por motivos técnicos não previstos, de acréscimo ou supressão de serviços, serão obedecidos os limites e demais condições estabelecidas no Art. 65 da Lei Federal no 8.666/93 e alterações subseqüentes.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA FISCALIZAÇÃO:

§1º) A fiscalização técnica dos serviços será levada a efeito pela **CONTRATADA**, através de gestores, com poderes para auditar o contrato e sua execução, nomeados por Portaria, entre os servidores, sem reduzir nem excluir a responsabilidade, no que couber, da **CONTRATANTE**:

a. O acompanhamento da execução dos serviços e a sua fiscalização serão exercidos no interesse exclusivo da **PREFEITURA DE CAMARAGIBE**, não excluindo ou reduzindo a responsabilidade da **CONTRATADA**, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade, sendo que na sua ocorrência, não deverá implicar co-responsabilidade do Poder Público ou de seus agentes e prepostos, salvo seja caracterizada a ação funcional por parte destes;

b. Compete especificamente à Fiscalização:

b.1) Exigir da **CONTRATADA** o cumprimento integral do estabelecido no Termo de Referência (Anexo I) e Briefing (Anexo II) do Edital, que integram este instrumento;

b.2) Esclarecer prontamente as dúvidas que lhes sejam apresentadas pela **CONTRATADA**;

b.3) Expedir por escrito, as determinações e comunicações dirigidas à **CONTRATADA**;

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

b.4) Advertir a **CONTRATADA** sobre eventuais faltas na execução dos serviços.

§ 2º - O Gestor deste Contrato será o servidor **XXXXXXXXXX DA XXXXXXXXXX**, Matrícula nº XXXXX-Y e no seu impedimento, a servidora **XXXXXXXX DA XXXXXXXXXX**, Matrícula nº YYYYYY-X, conforme Portaria nº 0XX/2022, de XX/01/2022, publicada no Diário Oficial de XX/01/2022.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DO RECEBIMENTO DO OBJETO CONTRATUAL

Os recebimentos dos serviços serão efetuados de acordo com o estabelecido nos Arts. 73 e 74 da Lei Federal nº 8.666/93 e alterações subsequentes.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DAS PENALIDADES

Pela inexecução total ou parcial de Contrato, bem como, pela inexecução dos níveis de serviços e requisitos técnicos requeridos no Termo de Referência e Briefing (ANEXO I) do Edital, integrantes deste instrumento, a **CONTRATANTE**, garantida a prévia defesa em processo administrativo específico, poderá aplicar à **CONTRATADA** as seguintes sanções:

a. Advertência;

b. Multa, de até 5% (cinco) sobre o valor total do Contrato, a critério da **CONTRATANTE**, levando-se em conta o prejuízo causado, devidamente fundamentado, devendo ser recolhida no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis a contar da notificação;

c. Suspensão temporária da participação em licitações e impedimento de contratar com a Administração, pelo prazo de até 02(dois) anos;

d. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurem os motivos determinadores da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a Autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida desde que a **CONTRATADA** tenha ressarcido à Administração pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada com base na letra anterior;

e. Multa de mora de até 1,00% (um por cento) do valor mensal relativo ao faturamento do mês da infração, por dia de atraso, na implantação ou execução dos serviços contratados, tudo conforme apuração em procedimento administrativo.

PARÁGRAFO ÚNICO – Para a aplicação das penalidades, deverá ser observado:

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

Avenida Dr. Belmino Correia, N° 3038 1º andar – Timbi – Camaragibe-PE – CEP:54768-000

CNPJ/MF N° 08.260.663/0001-57 – Tel: (81) 2129-9532 – www.camaragibe.pe.gov.br e cpl@camaragibe.pe.gov.br

a. A autuação deverá acontecer tão logo se verifique a ocorrência, restando à **CONTRATADA**, o prazo de 10(dez) dias úteis para a apresentação da defesa no que lhe achar pertinente, após o recebimento da notificação emitida pela **CONTRATANTE**;

b. Decorrido o prazo de defesa sem que a **CONTRATADA** se pronuncie ou se a ocorrência for considerada procedente, a mesma será notificada que o valor devido será deduzido da primeira fatura a ser apresentada;

c. As infrações serão consideradas reincidentes se, no prazo de 07(sete) dias corridos a contar da notificação da ocorrência, a **CONTRATADA** cometer a mesma ou outra infração, cabendo-lhe, neste caso, a aplicação **EM DOBRO** das multas correspondentes, sem prejuízo das outras penalidades;

d. Ao aplicar a penalidade, a autoridade julgadora deverá considerar o grau de intensidade da ocorrência e as circunstâncias agravantes e atenuantes que possam ter concorrido para o evento.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DA RESCISÃO

Este Contrato poderá ser rescindido a qualquer tempo por inobservância de qualquer de suas cláusulas, independentemente de notificação judicial ou extrajudicial, assegurado o contraditório e a ampla defesa, e também, nos casos de Falência, Concordata ou Dissolução da **CONTRATADA**, ou declaração de insolvência dos seus sócios, Gerentes ou Diretores, bem como da transferência do presente Contrato, no todo ou em parte, imperícia, negligência ou imprudência na prestação dos serviços, conforme preceituação dos Artigos 77 e 78 da Lei Federal nº. 8.666/93 e alterações subsequentes.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DA SUCESSÃO

O presente Contrato obriga as partes **CONTRATANTES** e aos seus sucessores, que na falta delas assumem a responsabilidade pelo seu integral cumprimento.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – DO VISTO E DO REGISTRO

O presente Contrato, após obedecer às formalidades legais, conterà obrigatoriamente o visto da PROGEM desta PREFEITURA DE CAMARAGIBE.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA - DA AUSÊNCIA DE VÍNCULO EMPREGATÍCIO

19.1 A utilização de mão de obra pela CONTRATADA, para execução dos serviços objeto do presente contrato não ensejará, em nenhuma hipótese, vínculo empregatício com o CONTRATANTE;

19.2 Fica garantido o direito de regresso do CONTRATANTE, perante a CONTRATADA, para ressarcimento de toda e qualquer despesa trabalhista, previdenciária ou de cunho indenizatório que venha a ser condenado a pagar, na eventual hipótese de vir a ser demandado judicialmente, relativamente à execução do objeto contratual, por qualquer empregado ou subcontratado da CONTRATADA ou por qualquer pessoa que, ainda que irregularmente, execute o objeto contratual.

CLÁUSULA DÉCIMA VIGÉSIMA – DA PUBLICAÇÃO

O presente instrumento contratual e seus Termos Aditivos serão publicados no Diário Oficial do Município, como condição de sua eficácia, na forma preconizada no parágrafo único do Art 61, da Lei nº. 8.666/93 e alterações subsequentes.

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA – DO FORO

As partes elegem o Foro da Comarca _____, para dirimir qualquer divergência ou dúvida fundada no presente Contrato, renunciando a qualquer outro por mais privilegiado que seja.

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

Camaragibe, ___ de _____ de 2022.

Secretaria de Comunicação

CONTRATANTE

NOME DO REPRESENTANTE DA CONTRATADA

Nome da Empresa Contratada

CONTRATADA

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

Avenida Dr. Belmino Correia, N° 3038 1º andar – Timbi – Camaragibe-PE – CEP:54768-000

CNPJ/MF N° 08.260.663/0001-57 – Tel: (81) 2129-9532 – www.camaragibe.pe.gov.br e cpl@camaragibe.pe.gov.br

ANEXO VII

Tabela referencial de preços de serviços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco – SINAPRO/PE -2022

JUSTIFICATIVA VALOR DO CONTRATO

Venho, por meio desta justificativa, destrinchar o embasamento do cálculo que resultou na dotação orçamentária de R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais) para verba anual de publicidade institucional da Secretaria de Comunicação de Camaragibe. Seguindo o que prevê a legislação vigente, o órgão público em questão - no caso, a Prefeitura Municipal de Camaragibe - contrata uma agência por meio de um processo licitatório cabendo à mesma agência, após assinatura do contrato, apresentar um planejamento anual de campanhas institucionais e de prestação de contas para a população.

Os recursos, portanto, são pagos pelo órgão público à agência que, por sua vez, subcontrata outras empresas prestadoras de serviço, a exemplo de produtoras de vídeo, áudio, veículos de comunicação, gráficas e influenciadores. A prestação de conta é feita mediante nota fiscal emitida após a realização do serviço e de todos os documentos comprobatórios demonstrando a realização do serviço contratado.

Tendo como referência as ações publicitárias e os preços praticados no mercado com base, justamente, na tabela SINAPRO (Tabela com preços das agências de publicidade de Pernambuco), esta Secretaria Municipal de Comunicação prevê a seguinte divisão da dotação orçamentária: contratação de agência de publicidade por 12 meses no valor total de R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais). O valor total solicitado foi pensado inicialmente para que a administração torne pública as ações da gestão algo relevante e intrinsecamente ligado aos moradores de Camaragibe. Ações como calendário do IPTU, campanhas educativas e campanhas institucionais serão realizadas com esta contratação.

Destaco que tal dotação orçamentária para publicidade institucional - R\$800.000,00 (oitocentos mil reais). - é 66% menor que a utilizada pelo último contrato de publicidade desta prefeitura, firmado e executado pela gestão passada, cujo prefeito, inclusive, chegou a ser afastado. Assim que assumiu, em junho de 2019, a atual gestão não fez uso de nenhum serviço previsto no contrato cuja vigência já terminou.

Encerro ressaltando que, na justificativa do processo licitatório, esta Secretaria de Comunicação destaca que os pagamentos serão feitos com recursos destinados à pasta, de origem do tesouro municipal, conforme consta na Lei Orçamentária Anual aprovada em plenário na Câmara Municipal de Camaragibe. Não há, portanto, qualquer previsão de se pagar publicidade com recursos de fonte federal, estadual ou municipal destinados ao combate ao coronavírus.

Dotação Orçamentária

Evento/Campanha	Data/mês	Valor
IPTU	02/22	R\$ 400.000,00
Prefeitura Trabalhando (informe regular)	04/22até 12/22	R\$ 150.000,00
Campanhas Educativas (vacinação coronavírus e gripe: dengue e arboviroses)	03/22até 09/22	R\$ 150.000,00
Placas de Divulgação de Obras 05/22até 10/22		R\$ 50.000,00
Balanço Anual da Gestão	12/22	R\$ 50.000,00
Total:	12 Meses	R\$ 800.000,00

Atenciosamente,

Arthur Cunha
DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

111

Secretário de Comunicação

JORNAL - ANÚNCIO

CRIAÇÃO

FINALIZAÇÃO

OTAL

Anúncio Mínimo/ Rodapé	R\$1.200,00	R\$740,00	R\$1.860,00
1/4de página	R\$1.500,00	R\$1.000,00	R\$2.500,00
1/2de página	R\$2.760,00	R\$1.840,00	R\$4.600,00
Rouba página	R\$3.540,00	R\$2.360,00	R\$5.900,00

REVISTA - ANÚNCIO

CRIAÇÃO

FINALIZAÇÃO

T

OTAL

Anúncio Mínimo/Rodapé/Orelha	R\$ 980,00	R\$ 660,00	R\$1.640,00
1/4de página	R\$ 1.080,00	R\$ 790,00	R\$1.970,00
1/3 de página	R\$ 1.580,00	R\$ 1.050,00	R\$2.630,00
1/2 de página	R\$ 1.800,00	R\$ 1.200,00	R\$3.000,00

PUBLICIDADE LEGAL

CRIAÇÃO

FINALIZAÇÃO

T

OTAL

Página Dupla	R\$ 4.380,00	R\$ 2.920,00	R\$7.300,00
De ½ até uma página	R\$ 2.200,00	R\$ 1.480,00	R\$3.700,00

LOGOTIPIA, IDENTIDADE VISUAL E EMBALAGENS

T

OTAL

Rubrica/CPL

Marca empresa (com até 5 aplicações)	R\$32.800,00
Selo/Simbolo/Emblema	R\$7.300,00
Marca Logotipo do Evento	R\$13.100,00
Slogan	R\$9.400,00
Embalagem de Produto (já existente no mercado)	R\$15.000,00
Rótulo	R\$ 15.000,00
Marca Logotipo do Produto	R\$ 19.700,00

Pasta	R\$ 1.440,00	R\$ 960,00	R\$ 2.400,00
Envelope	R\$ 1.440,00	R\$ 960,00	R\$ 2.400,00
Cartão de Visita	R\$ 1.440,00	R\$ 960,00	R\$ 2.400,00
Timbrados/blocos/Post-it	R\$ 1.440,00	R\$ 960,00	R\$ 2.400,00

PEÇAS GRÁFICAS

criação

finalização

T

OTAL

Cartaz A4	R\$ 1.200,00	R\$ 740,00	R\$ 1.860,00
Cartaz A3	R\$ 1.320,00	R\$ 880,00	R\$ 2.200,00
Cartaz com Grandes Formatos (maior A3)	R\$ 1.620,00	R\$ 1.080,00	R\$ 2.700,00
Cinta para jornal ou revista	R\$ 2.040,00	R\$ 1.360,00	R\$ 3.400,00
Cupom	R\$ 1.050,00	R\$ 700,00	R\$ 1.750,00
Ficha de inscrição	R\$ 1.050,00	R\$ 700,00	R\$ 1.750,00
der por página	R\$ 1.200,00	R\$ 800,00	R\$ 2.000,00
Mala direta simples	R\$ 3.080,00	R\$ 2.060,00	R\$ 5.140,00
Panfleto / Volante	R\$ 1.120,00	R\$ 740,00	R\$ 1.860,00
Questionário	R\$ 1.050,00	R\$ 700,00	R\$ 1.750,00

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

113

Projeto Gráfico	R\$ 5.040,00	R\$ 3.360,00	R\$ 8.400,00
-----------------	--------------	--------------	--------------

Comunicação Estratégica

Total

Planejamento Estratégico de Marca / Posicionamento	R\$ 56.800,00
Planejamento de Comunicação / Ações (anual)	R\$ 50.200,00
Planejamento de Campanha	R\$ 41.600,00
Planejamento de Convenção / Evento / Promoção Comercial	R\$ 38.300,00
Planejamento de Ativação (pequeno porte)	R\$ 17.500,00
Planejamento de Ativação (médio porte)	R\$ 27.600,00
Planejamento de Ativação (grande porte)	R\$ 32.800,00
Planejamento Digital	R\$ 32.800,00
Planejamento (hora)	R\$ 1.600,00
KV / Conceito de Campanha / Peça-Conceito	R\$ 17.800,00

SINALIZAÇÃO

Total

Fachada	R\$ 7.400,00
Projeto de Sinalização interna (sem finalização de peças)	R\$ 8.500,00
Sinalização interna (por peça, somando ao projeto)	R\$ 330,00
Sinalização de veículos (grande porte)	R\$ 5.800,00
Sinalização de veículos (médio porte)	R\$ 3.700,00
Sinalização de veículos (pequeno porte)	R\$ 2.400,00

Digital

Total

Site (Planejamento, UX, Direção de Arte e Redação). Programação orçada à parte de acordo com a complexidade do projeto	R\$ 29.300,00
Hotsite	R\$ 26.700,00
Landing Page	R\$ 5.500,00
Links Patrocinados (Gestão de Campanha)	R\$ 6.100,00

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

114

Gestão Mensal	R\$ 5.100,00
---------------	--------------

Mídia Eletrônica - Televisão/Vídeo

Assinatura / Vinheta Eletrônica (até 7")	R\$ 4.270,00
Filme/TV Institucional até 15"	R\$ 3.330,00
Filme/TV Institucional 30"	R\$ 11.100,00
Filme/TV Institucional 60"	R\$ 12.350,00
Filme/TV Varejo 15	R\$ 3.600,00
Filme/TV Varejo 30"	R\$ 5.700,00
Cartela Eletrônica (miolo de ofertas)	R\$ 3.200,00
Storyboard (por quadro)	R\$ 440,00
Audiovisual/Documentário (custo por minuto)	R\$ 3.500,00
Roteiro Testemunhal/Merchandising	R\$ 3.700,00

Radio/Áudio

Total

Spot até 30"	R\$ 4.380,00
Spot acima de 30"	R\$ 5.900,00
Jingle 30"	R\$ 5.900,00
Jingle Acima de 30" (até 90")	R\$ 7.300,00
Vinheta Eletrônica	R\$ 3.400,00
Roteiro Testemunhal/Carro de Som/Merchandising	R\$ 3.700,00
Espera Eletrônica (custo do minuto)	R\$ 1.750,00
Texto para Cartela Eletrônica (miolo de ofertas)	R\$ 2.500,00

Mídia

Backbus	R\$ 2.940,00	R\$ 1.960,00	R\$ 4.900,00
Empena	R\$ 4.260,00	R\$ 2.840,00	R\$ 7.100,00

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES

115

Faixa de Rua	R\$ 780,00	R\$ 520,00	R\$ 1.300,00
Outdoor/Frontlight/Back Light Painei Rodoviário Simples	R\$ 4.140,0	R\$ 2.760,00	R\$ 6.900,00
Outdoor/Frontlight/Back Light Painei Rodoviário - Projetos Especiais	R\$ 5.340,00	R\$ 3.560,00	R\$ 8.900,00
Mobiliário urbano por peça (não relacionados na tabela)	R\$ 2.100,00	R\$ 1.400,00	R\$ 3.500,00
Outbus / Busdoor / Taxidoor	R\$ 2.160,00	R\$ 1.440,00	R\$ 3.600,00

Complementares

TOTAL

Acompanhamento e/ou assessoria (hora)	R\$ 650,00
Tratamento de imagens simples (hora)	R\$ 380,00
Infográfico	R\$ 4.400,00
Mapa de localização simples	R\$ 2.900,00
Peça adaptada ou derivada de original	50% DO VALOR
Refeição	30% DO VALOR